الإتصال الخطابي وفن الإقناع



د. كريمة احسن شعبان

الاتصال الخطابي

وفن الإقناع

تأليف

د. كريمة احسن شعبان

دار أسامة للنشر والتوزيع
الأردن - عمان

نبلاء ناشرون وموزعون
الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن — عمان

- هاتف: 5658252 – 5658253
- فاكس: 5658254
- العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب: 141781

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن – عمان- العبدلي

تليفاكس: 5664085

الطبعة الأولى

2015م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(2014/7/3136)

815.9 شعبان، كريمة احسن

الإتصال الخطابي وفن الإقناع/ كريمة احسن شعبان.-

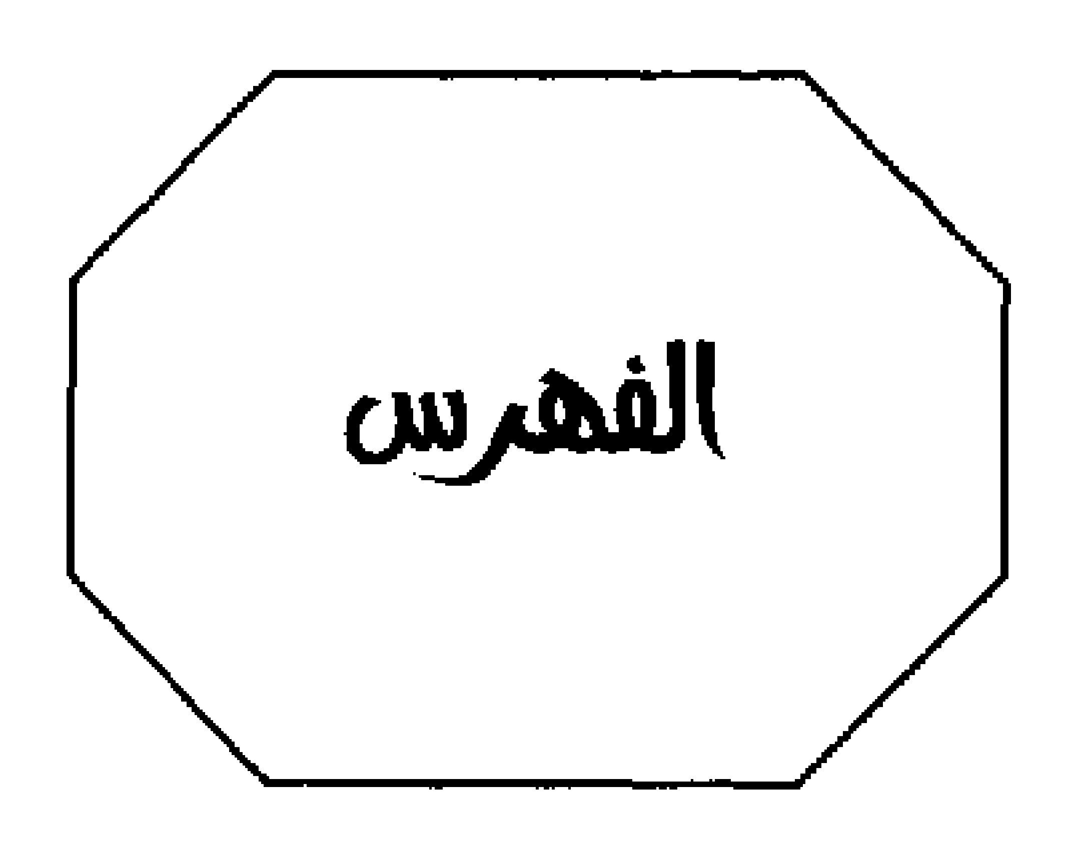
عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.

( ) ص .

ر.إ: (2014/7/3136).

الواصفات: /الخطابة/ /الأدب العربي/

ISPN: 978-9957-22-629-9


الفهرس

مقدمة 9

الفصل الاول

الخطابة: مراجعة تاريخية

المبحث الأول: في الخطابة إجمالا 16
مفهوم الخطابة 16
نشأتها 19
الخطابة بين العلم والفن. 20
علاقتها بالعلوم الأخرى. 21
علاقة الخطابة بالمنطق 21
علاقة الخطابة بعلم النفس. 21
علاقة الخطابة بعلم الاجتماع 22
دواعيها وعوامل رقيّها 22
أنواعها. 27
هوامش المبحث الاول 37
المبحث الثاني: الخطابة عند اليونان والرومان. 40
وسائل الاتصال عند اليونان 40
الخطابة عند الرومان 51
هوامش المبحث الثاني 53

الفصل الثاني

الاتصال: الاطار التأصيلي والمعرفي

المبحث الأول: من الخطابة الى الاتصّال **56**

أصول الإتصال 56

الجانب اللغوي للاتصال. 60

الجوانب الحديثة للاتصال 60

الجانب النفسي للاتصال 61

الجانب الاجتماعي للإتصال 63

هوامش المبحث الاول 66

المبحث الثاني: عملية الاتصال **68**

مصدر ثقافي 73

هوامش المبحث الثاني 77

المبحث الثالث: من الاتصال الذاتي الى الإتصال المواجهي **78**

الاتصال الذاتي 78

الاتصال المواجهي 83

الاتصال الشخصي 84

هوامش المبحث الثالث 89

المبحث الرابع: الإتصال الجمعي والإتصال الخطابي **90**

الاتصال الجمعي 90

عملية الاتصال الجمعي وبناء المجتمع. 92

الاتصال الخطابي 93

هوامش المبحث الرابع 106

الفصل الثالث

الاتصال الخطابي واستراتيجيات الاقناع

المبحث الأول: عناصر الاتصال الخطابي واستراتيجيات الاقتناع . 110

هوامش المبحث الاول 121

المبحث الثاني (المرسل): الخطيب وخصائصه الإقناعية 123

مصداقية الخطيب 127

كفاءة الخطيب 129

القوة الجذابة للخطيب 134

التعبير على النية في تغيير المواقف 136

التودد من السامعين 138

صفات الخطيب 139

العيوب البيانية للخطيب. 142

الخطيب والرجع 145

هوامش المبحث الثاني 149

المبحث الثالث: الوسيلة والأداء الخطابي 152

وسيلة اللسان 158

الأداء الخطابي 159

بين الإتصال اللفظي والإتصال غير اللفظي 165

الوسيلة والإقناع 166
هوامش المبحث الثالث 168
المبحث الرابع: الخطبة (الرسالة) 170
مضمون الخطبة 171
الأدلة الجاهزة (المواضع العرضية) 173
الأدلة المصطنعة (المواضع الذاتية). 176
الأساليب الخطابية الموضوعية 177
الاستدلالات الخطابية المنطقية 179
تصميم الخطبة الاقناعية 185
التعبير (الأسلوب) والإنشاء الخطابي 201
الأسلوب الخطابي 202
الإنشاء الخطابي 217
هوامش المبحث الرابع 225
المبحث الخامس: المخاطب (المتلقي) وآثار الإقناع. 233
خصائص المتلقي 238
أصناف المتلقين 241
متلقّ منكر جاحد 245
إثارة الأهواء والميول 247
الخاتمة 249
المصادر والمراجع 251

مقدمة:

الاتصال هو الظاهرة الإنسانية المتميّزة التي تجعل الحياة ممكنة إذ يعتبر ضرورة ملحّة لأفراد المجتمع، فالإنسان في تواصل دائم بينه وبين أفراد جنسه من أجل تحقيق التكامل الذاتي والجماعي.

وقد لعب الاتصال دورا كبيرا سواء في المجتمعات القديمة أو الحديثة من نواح شتى أهمّها ناحية الإتصال بالجماهير ففي المجتمعات القديمة الضيقة من حيث المساحة والعدد كانت هناك سهولة في إتصال الأفراد بعضهم ببعض، ذلك أن قلّة العدد كان يسمح بتوّسع الإتصال وحرية المناقشة وإبداء الرّأي.

كما كان الإتصال من أبرز العمليات التي ساعدت على إحكام العلاقة بين الحكام والمحكومين منذ قيام الدول القديمة الى يومنا هذا، ذلك أنّ النظام السياسي الذي يستظلّ تحته الأفراد لا يمكنه بأي حال من الأحوال أن يستمرّ إذا إنقطعت فيه حبال الإتصال بين متخذي القرار وطبقات الشعب.

فالنظام يحي ويتجذّر في ظلّ سيرورة إتصالية تضمن متانة شبكة العلاقات الإجتماعية التي تربط جنبات هذا النظام، وتجذّر أواصر الإتصال (بين الحكام والمحكومين) أو الإتصال الأفقي (الأفراد فيما بينهم) الذي يتم عن طريق جذب الإهتمام والتعاطف وشدّ الرّباط سواء بين الراعي ورعيته أو بين الأفراد فيما بينهم.

ويتم هذا النوع من التّراضي سواء من الناحية العاطفية أو العقلية عن طريق إقتناع كل جانب بالجانب الآخر، فسلطان الإقناع إذن هو الذي يحقّق هذا الإتصال والتواصل بين الأفراد والجماعات.

وقد كانت المجتمعات القديمة تضع وزنا كبيرا وقيمة عظيمة للإقناع الجماهيري حتى أن القدماء كانوا يرون أن الإقناع الحقيقي يأتي من إجتماع الأفراد كلّهم في مكان واحد لأن المشافهة في الإتصال والمواجهة تحقق التأثير والإقناع.

ومن أقوال فلاسفة اليونان في ذلك أنّ الأمة إذا إتسعت إتساعا كبيرا لا تقوى على المحافظة على حريتها، والسبب في ذلك أنه لابدّ وأن يجتمع الناس كلّهم في ساحة واحدة لكي يستمعوا إلى أقوال الزعماء والقادة وبدون ذلك لا يستطيع الشعب الإطلاع على أحوال الحاكم أو بعبارة أخرى لا يستطيع تتبع أعمال الحكومة[1].

ذلك أن نجاح الحاكم في ضمان إستمرارية نظام حكمه تحت سقف الدولة لا يقوم على جلب تعاطف المحكومين الى صفّ السياسة ولا الى شدّ حبل الودّ بينهم فقط بل يتجاوز ذلك الى زرع بذور الرّضا في نفوسهم والسيطرة على عقولهم عن طريق الإقناع الذي لم يكن يأتي في المجتمعات القديمة إلا بواسطة الوسائل التي كانت متاحة أنذاك. ومن المؤكد أن الإتصال المباشر المواجهي كان من أبرز أشكال الإتصال المؤديّة للإقناع.

وقد كان الإهتمام بسبل الإقناع عظيما في هذه المجتمعات التي كان همّ حكامها الأعظم هو كيفيّة إيصال إنشغالاتها الى المحكومين وبكل الوسائل نجاعة، ذلك أنّ أيّ نظام من الأنظمة بحاجة الى الوسيلة التي تضمن تحقيق الحاكم غايته المنشودة.

وقد إختلفت وسائل الإتصال في القديم عمّا هي عليه الآن كما تطوّرت من إستخدام قرع الطبول، المناداة، الأسواق والخطابة... إلخ إلى إستخدام وسائل الإتصال الإلكترونية والأقمار الصناعية اليوم.

وقد كانت الخطابة – ولازالت – واحدة من بين الوسائل المستخدمة من قبل الحكّام لتحقيق الإقناع المنشود في كل الأمور التي تقتضيها سياسة الدولة، فقد كان للخطابة مكانتها ومنزلتها في الدوّل القديمة فاهتمّ بها اليونان إهتماما عظيما

فجعلوها من أبرز وسائل الإتصال المستخدمة في المجالات السياسية، القضائية، الدينية وغيرها من المجالات. كما أنشأوا مدارس البيان لتعليم الخطابة والمنطق وكان ذلك حال أمة الرّومان.

كما اعتمد العرب في العصر الجاهلي على الخطابة التي نشأت مع نشأة الجماعات الأولى في البيئة العربية، فالحياة القبليّة وما تستتبعه من منازعات وخصومات وحروب وصلات أفراد المجتمع القبلي بعضهم ببعض من تزاوج وتعامل وتنافر وتفاخر وما فطر عليه العرب من فصاحة ولسن وحضور بديهة، كل تلك الأمور كانت تستدعي معرفة العرب في الجاهلية بالخطابة.

وقد توصل الرسول عليه الصلاة والسلام الى الإقناع بالدعوة الإسلامية في المساجد والأسواق وساحات مواسم الحج بالخطابة وكان يؤمّ الناس عليها في الحشود والحروب وكانت أيضا لخلفائه من بعده وسيلة يقيمون بها سياساتهم في رعاياهم. كما إنّها كانت عماد الخلافة الأموية والعباسية.

فالخطابة كانت عماد الثورات ووسيلة التخاطب في مختلف العصور أمّا اليوم فقد عزّزت وسائل الإتصال دور الخطابة فأصبحت – بعد ما كانت محدودة في شكلها التقليدي المباشر المواجهي- ضرورة حيوية للدول والشعوب والمجامع الدولية التي لا تستغني عن الخطب التي أصبحت تبث وتنقل عبر وسائل الإتصال الإلكترونية الى أكبر عدد ممكن من الأفراد فالخطابة بذلك وسيلة من بين الوسائل الأكثر نجاعة التي إستخدمت في أغلب العصور لمخاطبة الجماهير والتأثير فيها وجذب إنتباهها، وهي بالإضافة الى ذلك رسالة على إعتبار أنّها عرفت منذ القدم أنّها فنّ من فنون القول يخاطب به الجمهور ويتجه الى الإقناع والإستمالة عن طريق السمع والبصر معا.

فالخطابة وسيلة ورسالة في ذات الوقت وهي وإن كانت تعتمد على المشافهة فهي تعنى بالقدرة على النظر في كل ما يؤدّي الى الإقناع.

وإذا كان الإقناع نقطة التقاطع الأساسية بين الخطابة والإتصال فهما يلتقيان في عدّة أمور أهمّها قيامهما على ذات العناصر البنائية

فكما أن الإتصال عمليّة، فإن الخطابة عملية تعتمد على:

- الرسالة (الخطبة).
- الوسيلة (المشافهة).
- المتلقي (المخاطب).
- المرسل (الخطيب).
- الأثر.

كل هذه الأسس القاعديّة تبني ما أطلقنا عليه الإتصال الخطابي الذي يعتبر عملية بنائية تقوم ضمن سلوك تفاعلي يجمع خطيب ومتلقين ضمن سياق إتصالي يشتمل تعامل بواسطة الرسائل (الخطبة).

وقد كان الرسول عليه الصلاة والسلام من أكبر خطباء الدعوة خطابة وأكثرهم إحتكاكا بالقبائل العربية وغير العربية، فكان يخاطب الأقوام والقبائل على إختلاف مناطقهم وتباين لهجاتهم وكأنّه عاش مع كل قبيلة منهم، وكان يستعين في كل ذلك بعدد من الأساليب والطّرق من أجل توصيل رسائله الإقناعية في إطار عملية الإتصال الخطابي التي كان يسعى من خلالها عليه الصلاة والسلام الى تغيير المعتقدات والسلوكات والتوجهات غير السويّة بالدعوة الى التوجّه السليم أي الإقناع برسالة الإسلام.

وقد إعتمد الرسول عليه الصلاة والسلام في غاياته الإقناعية التأثيرية على عملية الإتصال الخطابي.

فبالإضافة الى شخصيته الخطابية المتميّزة وصفاته القائدة كانت الخطبة الرسالة التي إستطاع من خلالها عليه الصلاة والسلام الجهر بالدعوة وتعميمها على كلّ الناس بعدما كانت سرّية تقتصر على عشيرته الأقربين.

وقد إعتمد الرسول عليه الصلاة والسلام من أجل تبليغ الرسالة على الوسيلة الشفهية مركّزا على الأداء الخطابي الذي يحمل أهمية عظيمة في التأثير من إلقاء وإشارة ووقفة... إلخ.

ولم يهمل الرسول عليه الصلاة والسلام متلقيه، فقد كان يتحدث مع كلّ فرد حسب قدرات استيعابه، كما يخاطب القبائل حسب مقتضى أحوالها وإختلاف لهجاتها، ومن ذلك فلم يكن العلماء يختلفون في أن الرسول عليه الصلاة والسلام أفصح العرب فكلامه هو الكلام الذي قلّ عدد حروفه وكثر عدد معانيه وجلّ عن الصنعة ونزه عن التكلّف. وهو الكلام الذي ألقى الله عليه المحبّة وغشاه بالقبول وجمع له بين المهابة والحلاوة وبين حسن الإفهام وقلّة عدد الكلام، مع إستغنائه عن إعادته وقلّة حاجة السّامع الى معاودته، ولم تسقط له كلمة ولازلّت به قدم، ولا بارت له حجّة، ولم تسقط له كلمه ولا أفحمه خطيب...[2].

وإذا كان التاريخ يشهد بفصاحة وبلاغة لسان الرسول عليه الصلاة والسلام فإنّ المؤرّخين وكتّاب السّير يؤكّدون أن الخطابة كانت منبره ووسيلته لنشر رسالة الإسلام والجهر بالدعوة.

وعلى هذا فإن هذه الدراسة جاءت لتسليط الضوء في جانبها النظري على الخطابة وأساسياتها ومبادئها من جانب وعلى الإتصال ومفاهيمه وأساليبه وطرقه

مـن جانـب آخـر وذلـك قـصد الـربط بـين هـذين العلمـين لبنـاء مـا يـسمّى بالإتـصال الخطابي القائم على الإقناع.

وإذا كـان الإتـصال الخطـابي عمليـة تقـوم علـى عـدة عناصـر بنائيـة هـي الخطيب، الخطبة، الوسيلة، المخاطب، وآثار الإقناع فإن الجانب التطبيقـي مـن هـذه الدراسـة جاء لمطابقـة مـا جـاء في عناصـر عمليـة الإتـصال الخطـابي في الإجمـال علـى عناصر الإتصال الخطابي عند الرسول عليه الصلاة والسلام.

وقـد إنصب الإهتمـام في هـذا الجانـب علـى مكانـة الرسـول عليـه الـصلاة والسلام الإعلامية وقدراته الإتصالية الإقناعيـة مـن خـلال عمليـة الإتـصال الخطـابي التي مارسها منذ أوّل خطبـة لـه ألقاهـا يـوم جهـر بدعوتـه الى آخـر خطبـة لـه في حجّـة الوداع وإنطلاقا من كلّ ما سبق فقد قسّمت الدراسة الى:

الفصل الأول: أعتبره فصلا تمهيديا فهو مراجعة تاريخية، رجعت من خلالها الى ماضـي الخطابـة، فتعرضـت الى مفاهيمهـا ونـشأتها ورقيهـا وعلاقتهـا بـالعلوم الأخرى، كما سلطت الضوء على تطوّر الخطابة عند أهم و أبرز العصور التي نشأت وتطوّرت فيها وهي: العصر اليوناني، الروماني، الجاهلي والإسلامي.

أمّا **الفصل الثاني** فقد إنتقلت من خلاله الى تأصيل مفهوم الإتصال بالعودة الى الخطابة القديمـة وربـط العلاقـة بـين مفهومين من جميـع الزوايـا، كمـا وضـحت بشيء من التفصيل مبادئ وأشكال الإتصال التي تعتمد عليها الخطابة ومن ثمّ بينت ما يسمّى بالإتصال الخطابي إنطلاقا من الإتصال الجمعي.

والفصل الثالث من هذه الدراسة تناول الإتصال الخطابي وعلاقته بالإقناع.

الفصل الاول

الخطابة: مراجعة تاريخية

المبحث الأول: في الخطابة إجمالا

مفهوم الخطابة:

عرفت الخطابة بتعاريف كثيرة لا يختلف بعضها عن بعض كثيرا لكنّها تناولت هذا المفهوم من عدّة زوايا حسب إختلاف التخصصات ومجالات تفكير الباحثين الذين تطرّقوا بالدراسة الى تحديد ماهية الخطابة، لذلك نجد منهم فلاسفة، بلغاء، أدباء، مؤرخين، علماء إجتماع وعلماء دين.

والخطابة مصدر خطب، يخطب، خطبة: وهي تعني المواجهة بالكلام[1] أو مراجعة الكلام[2] يقال خطب فلان خطبة على المنبر.

والخطبة إسم للكلام الذي يتكلّم به الخطيب، وهي حسب أبي إسحاق في «التهذيب»: «الكلام المنثور والمسجع ونحوه»[3].

والمخاطبة هي مفاعلة من الخطاب والمشاورة.

وقد تحدّث إبن وهب في كتابه "البرهان" عن مصدر إشتقاق الخطابة فقال أنّها: «مأخوذة من خطبت، أخطب خطابة واشتق ذلك من الخطب، وهو الأمر الجليل لأنّه إنّما يقام بالخطب في الأمور التي تجلّ والإسم منها خاطب مثل راحم فإذا جعل وصفا لازما قيل خطيب، والخطبة الكلام المخطوب به، والخطابة والخطاب إشتقاق من الخطب والمخاطبة لأنّهما مسموعان»[4].

أمّا إصطلاحا فقد إختلفت مفاهيم الخطابة بإختلاف الإتجاهات التي عرفتها، فهناك من يرى أنّها فن الكلام الجيد وهناك من يعتبر أنّها القدرة على النظر في كل ما يوصل الى الإقناع، والإتجاهات الأخرى ترى أنّها مشافهة للجمهور قصد إستمالته... إلخ.

وعلى العموم فالخطابة إصطلاحا تعني فنّ التعبير عن الأشياء بحيث أنّ السامعين يصغون الى ما يقوله المتكلّم في موقف رسمي مختلف عن المجالس المألوفة في الحياة اليومية" [5].

وتحدث الفارابي عن الخطابة فاعتبرها «صناعة قياسية غرضها الإقناع ... وما يحصل من تلك الأشياء في نفس السامع من القناعة هي الغرض الأقصى بأفعال الخطابة» [6].

فالغرض من الخطابة عند الفارابي هي حسن الإقناع بالخطاب، فالخطابة عنده إذن تعنى بدراسة طرق التأثير ووسائل الإقناع.

أمّا أرسطو الذي يعتبر أوّل من دوّن أصول هذا الفنّ في كتابه "الخطابة" فيقول:

«الخطابة هي قوّة تتكلّف الإقناع الممكن في كل واحد من الأشياء المفردة» [7].

أمّا القوّة: فهي الصناعة التي تفعل في المتقابلين وليس تتبع غايتها فعلها ضرورة.

ويعني بتتكلّف أي تبذل مجهودها في إستقصاء فعل الإقتناع الممكن.

وكلمة الممكن يعني بها: الإقناع الممكن في ذلك الشيء الذي فيه القول وذلك بغاية ما يمكن فيه[8].

وأمّا قوله في كل واحد من الأشياء المفردة يعني في كل موضوع يراد، لأنّها لا تخصّ شيئاً معيّناً بل تتناول كل شيء بخلاف غيرها من الصناعات، فمثلا الخط ينظر في رسم الحروف وهيئتها، والطب ينظر في أحوال جسم الإنسان والحيوان من جهة الصحّة والمرض[9].

فالخطابة عند أرسطو صناعة لا تخص مجالا معينا بل تتناول الكثير من المجالات وفي هذه الصناعة يبذل الخطيب مجهوده للتوصل الى الاقناع الذي يعتبر غاية الخطابة في هذه الحالة.

ولقد أجمعت مجموعة من التعاريف على إعتبار الخطابة فناً من فنون القول والكلام يخاطب به الجمهور ويتوجّه الى إقناع السامعين وإستمالتهم بالسّمع والبصر معا والتأثير فيهم[10].

ويرى عبد الجليل شلبي إختصارا لكلّ ما سبق أنّ الخطابة «فنّ مخاطبة الجماهير بطريقة إلقائية تشمل على الإقناع والإستمالة»[11].

هذا التعريف يقوم على عناصر معيّنة تتمثل في:

1. أن يكون الحديث مخاطبة لمجموعة من الناس، فإذا كان الشخص يتحدّث الى فرد أو إثنين فإنّه عادة لا يحتاج الى لهجة خطابية، ويكفيه أن يشرح المعنى أو الفكرة التي يريدها في صوت هادىء وطريقة مألوفة في كلّ الأحاديث العادية فهذا ليس خطبة.
2. أن يكون بطريقة إلقائية، وهذا يعني جهارة الصوت وتكييفه بإختلاف نبراته وتجسيم المعاني التي تتضمنتها الخطبة، وإبداء التأثر بها. ومن مكمّلات هذه الطريقة أن تصحبها إشارات باليد أو بغير اليد، كما يبدي الخطيب إنفعالاته بما يقول فكل ذلك يثير السامعين ويوجه عواطفهم نحوه ويجعلهم أكثر إستجابة لرأيه.
3. أن تكون الخطبة مقنعة بحيث تشتمل على أدلّة وبراهين تثبت صحّة الفكرة التي يدعو إليها الخطيب، فإذا خلت الخطبة من هذه الأدلّة فإنّها لا تزيد على أن تكون إبداء رأي... والخطيب الناجح يشرح الأدلة التي يسوقها شرحا وافيا يكثر فيه المترادفات ويعيد بعض الجمل ويلّح على تركيز معان خاصة وجزئيات وأمثلة توّضح الفكرة وتثبتها في أذهان سامعيه.
4. أن يتوفر في الخطبة عنصر الإستمالة، وهذا يعني توجيه عواطف السامعين وإستجابتهم للرأي الذي تدعو إليه الخطبة، لأنّ السامع قد يقتنع بفكرة ما ولكن لايعنيه أن ينفذها[12].

ومن خلال ما سبق يتضح أنّ الخطابة لا تعني فن الإقناع فحسب أو الإستمالة أو المشافهة في الكلام بل هي تجمع كلّ هذه الأمور وهي تعتبر أسس بنائها والقاعدة التي تقف عليها.

وقد أخذ أحمد الشايب في كتابه «الأسلوب» كلّ هذه الأمور بعين الإعتبار وقدّم تعريفا شاملا للخطابة يقول فيه:

«الخطابة هي الفنّ الكلامي الذي يتجه الى الفكر والعقل والإدراك بالبرهان والإقناع والى العاطفة والشعور والوجدان بالإستثارة والتأثير، مستعينة في

هذا بوضوح الحجّة وسلامة المنطق وقوّة البرهان، مع جمال الخيال وحسن الصور الشعرية لتحقق في النهاية غايتها التي تهدف إليها»[13].

فالخطابة فن يقوم على عدّة مقوّمات أوّلها التأثير بالكلام وحسن الإقناع بتقديم الحجج والبراهين المنطقيّة السليمة، وهو بذلك يعنى بدراسة طرق التأثير ووسائل الإقناع وما يجب أن يكون عليه الخطيب من صفات وما ينبغي أن يتجه إليه من المعاني في الموضوعات المختلفة، وما يجب أن تكون عليه ألفاظ الخطبة وأساليبها.

نشأتها:

اعتبر الأدباء والبلغاء الخطابة أقدم الفنون الأدبية، فقد عرفت في مختلف الأحقاب التاريخية الماضية ولا تكاد أمّة عرفها التاريخ تخلو منها. ففي آثار المصريين القدامى خطب دوّنت بالهيروغليفية، وللأشوريين خطب كتبت باللغة المسمارية، وإعتلت منصة لإتصال من على المنابر عند اليونان والرومان والعرب في جاهليتهم حيث يقول في هذا الشأن محمد طاهر درويش:

«وفي آثار المصريين خطب دوّنت بالهيروغليفية، كان يقوم بها الملوك ورجال الدين... وكان لليونان والرومان والعرب في جاهليتهم خطباء طالما هزوا أعواد المنابر... وأولئك الأنبياء زلزلوا عروش الطغاة، وقادوا الأمم بالمنطق الفصل والحجة الدامغة، وكان للنصرانية فضلها على الخطابة... كما كان للإسلام أثره في نهضتها... فقد أعلى منارها... والكتب السماويّة تشير الى خطب الأنبياء في دعوة الناس الى الله والدين»[14].

لهذا فقد كان للخطابة منزلتها في الدول القديمة فكانت ضرورة من ضرورات الحياة، فكانت أداة الدعوة الى الرأي والعقيدة في الشؤون المختلفة سياسية وإجتماعية وإقتصادية ودينية، كما لا ننسى بصمة الإسلام على الخطابة فقد ساهم في نهضتها وكساها بثوب جديد وإتخذها منبرا أساسيا من باقي منابر الإتصال لنشر دعوته، فقد توسّل بها الرسول صلى الله عليه وسلّم في السلم والحرب وسار على نهجه الخلفاء من بعده.

ومن أزهى عصور الخطابة كذلك عصر الثورة الفرنسية التي أنبتت في سنين قليلة كثيراً من الخطباء أمثال: «ميرابو» و«لامرتين»، هذا وقد عادت الخطابة في العصر الحديث لتحتلّ مكانها الأرفع وتستردّ مجدها الأكمل وتنشر لواءها في كلّ مكان في هذا المجتمع الراقي الدائم التصارع، الزاخر بالدعوات المتعارضة، الشاعر بحاجته الى تأييد الرأي العام وكسب عواطفه عن طريق شرح قضاياه، وتدعيم آرائه وتزيين مبادئه والذود عنها والدعوة إليها[15].

الخطابة بين العلم والفن:

حينما ندرس قواعد الخطابة ومسائلها دراسة نظرية منظمة يقال أننا ندرس علم الخطابة كما ندرس ترتيب الحجج والأقيسة الخطابية وطرق البرهنة المنطقية فإذا ما أخذنا تطبيق هذه القواعد تطبيقا عمليا بإنشاء الكلام البليغ المؤثر المقنع يقال أننا نعالج فن الخطابة وذلك لأن هناك فرق بين ما هو نظري وما هو تطبيقي والخطبة يمكن أن ترتجل فتصبح فنا عمليا يقتضي الخطيب والسامعين والمقام فالعلم هو المعارف الإنسانية في أسلوب منسق والفن هو هذه المعارف في شكل عملي تطبيقي.

وتدخل الخطابة في دائرة العلوم التي تبحث في علاقة الإنسان بالزمان والمكان وعلاقة أفراده وجماعاته بعضهم ببعض كالتاريخ والقانون والإجتماع والأخلاق... فالخطابة تبحث في هذه الصلات وتقيم عليها مسألتها الرئيسية وهي كيفية مطابقة الكلام لمقتضى الحال.

فأصول الخطابة قائمة على العلاقة بين الخطيب والسامعين وبينه وبين البيئة الزمانية والسياسية والإجتماعية التي يعيش فيها الإنسان[16].

والخطابة من جانب آخر ذات صلة وثيقة بالفن وذلك لأنّ الناحية التطبيقية منها متعلّقة بملاءمة الكلام لحاجة المتلقي. لذلك فللخطابة مواقفها ورجالها وأساليبها حتى حركات الخطيب كثيرا ما تكون جزءا من التعبير الفنّي فالفن الخطابي وجد لنشر الأفكار وخدمة المعاني التي يجب أن تستقرّ في نفوس السامعين.

لذلك فالخطابة فن وهي كذلك علم يعتمد على عدّة علوم أخرى ساهمت في بناء الخطابة، وتتمثل هذه العلوم في:

علاقتها بالعلوم الأخرى:

إذا كانت الخطابة فن من فنون الكلام فهذا لا ينفي علاقتها بالعديد من العلوم التي إستمدت الخطابة منهم قوتها وروحها، فأصبحت فنا له أصول وقوانين، من أخذها ومشى في طريقها عدّ خطيبا.

وإذا كانت الخطابة تعتمد على الإقناع وما يتضمّنه من حجج، أدلّة وبراهين وعلى الإستمالة بكل أساليبها التي تهدف الى دغدغة أحاسيس وعواطف المخاطبين فلابد أن يكون لها منابع تستمدّ منها هذه القواعد التي تمثّل قوة الخطابة.

علاقة الخطابة بالمنطق:

عندما ترجم كتاب الخطابة لأرسطو الى اللغة العربية في القرن الثالث الهجري، إعتبره كثير من الفلاسفة جزءا متمّما لعلم المنطق.

وقد جعل إبن سينا في كتابه "الشفاء" الخطابة من أقسام المنطق وإستمرّ ذلك حال الفلاسفة.

ولم يبتعد أولئك الفلاسفة عن الصواب كثيرا، فقد لاحظنا في كتاب «الخطابة» لأرسطو المنطق واضحا وضوحا تاما.

فهو يتحدث عن الدليل والرسم والقياس الخطابي والتصديقات وغير ذلك ممّا يعّد من المنطق، لذلك فالخطابة لها صلة وثيقة بالمنطق من حيث أنّها استمدت منه العديد من القوانين التي تعتبر اليوم مبادىء للخطابة.

ويقول أبو زهرة في هذا السياق:

«والحق أنّ المنطق ألزم العلوم للخطابة، وبينهما من وشائج القربى وتداخل المسائل وتقارب المناهج، وتداني المآخذ — ما سهل على الأقدمين عدهما علما واحدا. وما يجعلنا نحن المتأخرين نعدهما أخوين متحدي النسب»[17].

علاقة الخطابة بعلم النفس:

لا يصل الخطيب الى غايته (وهي إقناع السامعين وحملهم على المراد منهم)- إلاّ إذا إستطاع أن يثير حماسهم ويخاطب إحساسهم، ويتصل كلامهم بقلوبهم، ولا يمكنه ذلك إلاّ إذا كان عليما بما يثير شوقهم ويسترعي إنتباههم

وعليما بطبائع النفوس وأحوالها، وذلك لا يكون إلاّ بعلم النفس الذي يعتبر دعامة من دعائم الخطابة.

ويرى أبو زهرة أنّ على الخطابة أن تستمّد طرقها ومناهجها من قوانين هذا العلم[18] وذلك لأنّ إعتماد الخطابة على علم النفس يمكنها من التوصّل الى طرق ووسائل الإقناع النفسي والتلقين والتأثير.

علاقة الخطابة بعلم الإجتماع:

قال الفارابي: «إنّ الخطيب إذا أراد بلوغ غايته وحسن سياسة نفسه في أموره فليتوخ طباع الناس وتلّون أخلاقهم وتباين أحوالهم". ويقول أفلاطون في ذات السياق:" لكلّ أمر حقيقة ولكلّ زمان طريقة، ولكلّ إنسان خليقة، فعامل الناس على خلائقهم، وإلتمس من الأمور حقائقها، واجر مع الزمان على طرائقه»[19].

ومن هذين التعريفين نستنتج العديد من القوانين التي تنفع الخطيب في تصرّفه مع كلّ نوع من المتلقين، كلّ حسب بيئته وحسب طبقته.

وهذا يدّل على أنّ إنتصار الخطيب فيما يتقدّم في الدعوة إليه يستدعي إلماما بسياسة الناس وما يجب لكلّ طبقة من المعاملة، وما يلزم لكلّ صنف من الناس من خطاب يجب أن يكون عليما بروح الجماعة، دارسا لأخلاقها، فاهما لما يسيطر عليها.

وهذا يعني أنّ قوانين الخطابة لها صلة وثيقة بقوانين الجماعات فهي تستمدّ منها قوتها وتمّدها بالأصول التي تساعدها على التأثير والإقناع.

وليست هذه العلوم فقط التي تستمّد منها الخطابة قوانينها، فللخطابة علاقة وثيقة بالأدب والأخلاق والسياسة والكتابة... إلخ، لكن هذه العلوم الثلاثة تعتبر حسب تعبير أبو زهرة ينابيع صافية إستمدّت الخطابة منها قوانينها وعلى ضوئها سلكت طريقها ولذا إقتصرنا ذكر علاقتها بالخطابة دون سواها.

دواعيها وعوامل رقيّها

1. دواعيها

إعتبر المؤرخون الخطابة أقدم الفنون الأدبية لأنها عرفت في مختلف الأحقاب التاريخية الماضية فصارت ضرورة من ضرورات الحياة الإجتماعية.

«فمنذ وجود البشرية وقيام مجتمع بدائي بلا قانون يضبطه ولا شريعة تقوّمه، ولا نظام يهتدي به والناس تتشابك مصالحهم وتشتجر أطماعهم وتستبد بهم أهوائهم، ويشتدّ النزاع بينهم، فيحتكمون الى السيف حينا والى الحجة الدامغة والكلمة البالغة أحيانا، وقد جبل الإنسان على أن يدافع عن نفسه وقومه بلسانه كما يدافع عنهم بسيفه وسنانه، وأن يسوق كلمته قبل أن يسلّ حسامه وأن يعذر بحجّته قبل أن يشنّ هجومه، وربّما كانت الكلمة البليغة أمضى من السيف وأفعل من الرّمح في هذه المواطن»[20].

ويتّضح من ذلك أنّ الخطابة كانت ولازالت وسيلة الاتصال التي تستعمل كعماد للتأثير والإقناع في مختلف المجالات، ولهذا فقد كان للخطابة منزلتها في الدّول القديمة فأنشأ اليونان في العصر القديم مدارس البيان لتعليم الخطابة والمنطق الفصيح وإعداد شباب أثينا للحياة العلميّة بهذه الوسيلة.

ومن أقدم هذه المدارس مدرسة سقراط في القرنين الخامس والرابع قبل الميلاد وأنشأ الرومان مثل هذه المدارس في القرن الثاني قبل الميلاد وكان للعرب منذ العصر الجاهلي أسواق يجتمعون بها للبيع والشراء وينتقلون من بعضها إلى بعض في شهور السنة، ويحضرونها بما عندهم من المآثر والمفاخر فيتحاجون ويتفاخرون ويخطب كلّ خطيب، ومن أمثال الخطباء في ذلك العصر قسّ بن ساعدة وأكثم بن صيفي.

وتظهر منزلة الخطابة وشدّة الحاجة إليها إذا تأمّلنا ما كانت عليه الأمّة العربيّة من أميّة وكيف إتّجه القرآن الى مخاطبتهم بالأسلوب الذي يناسب حالتهم أي بأسلوب خطابي فكثيرا ما يدعوهم بقوله: "يا أيها الناس"، "يا أيّها الذين آمنوا" و "يا أيّها الذين كفروا" و "يا أهل الكتاب".

ويوجّه الرسول عليه الصلاة والسلام الى إستخدام هذا الأسلوب والإعتماد على الحجج الخطابية والبراهين العقلية فى إقناعهم.

والخطابة زيادة على ذلك أداة السياسة والقيادة ولسان الزعماء والقادة، وهي في كلّ دعوة لسانها الناطق:

«كانت سلاح الحرية في أثينا ولسان الديمقراطية في روما وفصل الخطاب يوم السقيفة وعماد الخلافة الأموية في زلازل الثورات وعواصف الفتن، وملاك الخلافة العباسية في إثبات حقهم فيها بالوراثة والقرابة وروح الخوارج في إستبسالهم وتهافتهم على لقاء الموت بنفوس راضية وقلوب مطمئنة ومعلنة حقوق الإنسان في فرنسا»[21].

فالخطابة كانت عماد الثورات في مختلف العصور، وهي اليوم في عالمنا الحديث ضرورة حيوية للدول والشعوب والمجامع الدولية، لا يستغني عنها حاكم ولا زعيم ولا قائد ولا مصلح ولا نائب ولا معلّم ولا محام ولا كاتب ولا ممثّل.

2. عوامل رقيّها:

— الحريّة:

يبيّن التاريخ أنّ الخطابة تأثرت تأثرا كبيرا بحريّة الفكر، فالحريّة تعتبر عاملاً أساسياً من عوامل رقيّ الخطابة، ومن خلال هذا التطوّر والرقيّ «يتحرّر كلّ شخص في تفكيره وينطلق إلى إذاعة ما اهتدى إليه وهو آمن عقاب الحاكم الظالم، وإستبداد المتسلّط الغاشم ولا يتهيّب الخطباء موضوعا أو محفلا»[22].

فالحريّة تساعد الخطباء وتمنحهم قوة وشجاعة من أجل عرض أفكارهم والتأثير في متلقيهم.

وقد كانت الحرية ولازالت عاملا حاسما يساعد على تطوّر الخطابة وإنتشارها في الأمم وتعدّد أنواعها وبالتالي تصبح مجالا رحبا لتنافس الخطباء.

— الأميّة:

إنّ الناس إذا فشت فيهم الأميّة وجهلوا القراءة والكتابة لم يكن لهم بدّ من الخطابة يستعملونها آداة للتفاهم والإقناع ويحفظ لنا التاريخ ذلك أنّ الشعوب التي تفشت فيها الأميّة إستعانت بالخطابة كوسيلة من وسائل الإقناع والإستمالة، وكان هذا من دواعي الخطابة عند العرب في الجاهلية «فمن طبيعة القبائل التي تعمّها الأميّة ولا يظلّها قانون ولا تضبط أمورها حكومة أن تضطرب حياتها وتشتجر

مصالحها ويحتدم النزاع بينها، وأن يكون اللسان أو للسنان الكلمة العليا وعند واحد منهما فصل الخطاب»[23].

— تطلّع الأمم الى حياة أفضل:

من أسباب رقّي الخطابة تطلّع الشعوب لحال أفضل وحياة أحسن، فهذا يدعو الى أن تسعى إلى أن ترسم صورة لتلك الحياة المرجوّة ومن أجل الوصول الى ذلك وتحقيق الإزدهار المرغوب فيه تتطوّر الخطابة.

فطموح الشعوب «يدعوها الى أن ترسم في آفاق خيالها لتلك الحياة المرجوّة صورة أجمل من الصّور التي تحياها، لا تلبث أن تفصح عنها وتعلنها للناس وتدعو إليها وتسعى لتحقيقها من طريق تزكيتها وتبادل الرأي حولها وتسليط الأضواء عليها فتنشط الخطابة عندئذ وتزدهر»[24].

فأمّة اليونان في عصرها الذهبي بالقرن الخامس قبل الميلاد إزدهرت فيها الآراء السياسيّة ودافعت عن وجودها بما قام فيها من صراع تجلّى في مجتمعاتها على صورة الخطابة والمناظرات والتمع بينهم الخطباء أمثال "بركليس" و"ديموستين"

وكان ذلك حال أمّة الرومان فحينما شعرت بسوء حالها أخذت تتحرك وتضطرب فثار العامة على ذلك النظام الدكتاتوري الذي كان يسيطر عليهم ويخفت أصواتهم ولم يكن لهم سبيل إلاّ أن يتكلّموا ويتجادلوا فانتعشت الخطابة ونبغ الخطاب كـ "شيشرون" و" يوليوس قيصر" و "سالوسيتس" و«لوكرتس»[24].

أما بالنسبة للعرب في الجاهلية فإن ظروفهم إختلفت عن ظروف أمتي اليونان والرومان.

"فاتساع مجال الخطابة وتنوّعها عند هؤلاء إقتضاه نظام الحكم وتطوّر الحكومة، أمّا العرب فلم يؤثر عنهم إلا ما يمثّل الحكم القبلي في منازعاته ومنافراته ولم يكن مجال القول في الخطابة القضائية عندهم ذا سعة لأنّهم يحتكمون في تقاضيهم الى الشهود أو التحكيم أو اليمين"

وقد عاش العرب في العصر الجاهلي طلقاء في جزيرتهم «لا يحدّ من حريتهم تعسّف من حاكم أو نظام جائر فهم أحرار في تفكيرهم، ولهذا تشابهت جاهلية

العرب واليونان فكلاهما أهل إباء وإستقلال فكانوا أهل خطابة مع ما كان عندهم من الشعر»[25].

وقد وجدت الخطابة في صدر الإسلام المرعى الخصب فنمت وتطوّرت وكانت ركن السياسة والحكم الدين في العصر الأموي، وصدرا من العصر العباسي وخمدت في العصر العباسي الثاني بعد أن تحوّلت الخلافة الى ملك تظلّه الحضارة ورضي الناس بما هم فيه.

وإستردّت في العصور الحديثة مكانتها لشعور الشعوب بمنزلة الحرية من نفوسها وضروريتها لحياتها ووضعت الأسس الدستورية وقامت المجالس النيابية ونشأت النظم القضائية فظهر الى الوجود خطباء وصنعوا بصماتهم في سجل تاريخ الخطابة أمثال «نابليون» «ميرابو» «محمد عبده» «مصطفى كامل» «سعد زغلول».

– الحروب والثورات:

إعتلت الخطابة منصّة وسائل الإتصال بين الناس أثناء الحروب والثورات فهي تعين رجال الجيوش على إيقاد الحماسة في جنودهم قبل الحروب فتجيب الجنود بقدر تأثيرها في نفوسهم.

وقد لعبت الخطابة دورا بارزا في مقتل عثمان بن عفان رضي الله عنه وأثناء الثورة الفرنسيّة أين كان الخطباء آنذاك في صدارة الأحداث.

– الأحزاب السياسية:

يعتبر عاملاً من بين العوامل المساعدة على رقيّ وتطوّر الخطابة، فظهور الأحزاب السياسية بالضرورة يستلزم ناطقين باسمهما أو المدافعين على مبادئها كما حدث في أثينا عندما إنقسمت الى حزبين: حزب وطني يتزعّمه "ديموستين" وحزب يتزعّمه "آستين"، الأول يدعو الى الإنعزال عن محالفة ملك مقدونيا، والثاني يدعو الى محالفته، وكما حدث كذلك بعد مقتل عثمان وظهور الأحزاب بعد خلافة علي كرّم الله وجهه.

وفي العصر الحديث وبعد تطوّر الديمقراطيات الحديثة ظهرت على الساحة السياسية أحزاب كثيرة كل يدعو الى فكرته وكل يدعو الى رأيه ممّا ساعد على كثرة المواضيع الخطابيّة وتطوّرها وإنتشارها.

أنواعها:

يرى "سبنجل" في حديثه عن فنيّة الخطاب عند أرسطو، أنّه هو صاحب الفضل الأوّل في تقسيم الخطاب تقسيما مفصّلا بحسب أنواعها "الإستشارية والقضائية والإستدلالية" وهو تقسيم يردّه الفيلسوف الى الزمن ماضيا وحاضرا ومستقبلا فالحكم على أمور ماضية ينتج لنا الخطب القضائية والحكم على أمور مستقبلية ينتج الخطب الإستشارية والحكم على أمور حاضرة ينتج الخطب الإستدلالية، وهي خطب الوعظ والتحذير والمدح والذم وما إليها"[26].

لكن أغلب الباحثين المحدثين إنتقدوا تقسيم أرسطو هذا ووصفوه بعدم الثبات وذلك لأنّ عنصر الزمن الذي بنيت عليه الخطابة عند أرسطو قد يتداخل بعضه في بعض.

فمثلا بالنسبة للخطابة الإستشارية أو الحملية وهي مبنيّة – في نظر أرسطو- على الزمن المستقبلي كثيرا ما تتناول الماضي والحاضر، والخطابة القضائية المرتبطة بالزمن الماضي – في نظره- قد تتجرّ الى المستقبل، كالثقة بعدالة القضاة والنفرة من الجريمة، هذا من جانب، ومن جانب آخر فقد تتداخل الأنواع والأقسام السالفة الذكر فيما بينها كأن يلجأ المحامي وخطبته القضائية الى الإعتماد على أمور السياسة، ويعتمد الخطيب السياسي على أمور قضائية..."[27].

وكذلك الشأن بالنسبة للزاوية الأخرى لهذا التقسيم وهي الغاية من الخطابة فهذه الأخيرة لا تجلي الضباب عن هذا التقسيم لأنّ أرسطو يرى أنّ الغرض من الخطبة الإستشارية – كما سبق ذكره- بيان النفع والضرر، ومن القضائية تقرير العدل ورفع الجور، ومن الإستدلالية معرفة الحسن والقبيح، وهذه أغراض متداخلة لأنّ "العدل حسن والجور قبيح، وفي الإشادة بفضائل المكرّم نفع للشعب كلّه ودعوة ضمنية الى الإقتداء بالمثل العالية وهكذا تتداخل الغايات من الخطب"[28].

وقد قسّم الباحثون المحدثون الخطابة الى عدّة أقسام، "فأشرف محمد موسى" يصنّفها بالإعتماد على موضوعاتها الى: خطب المجاملات والمناسبات، الخطب القضائية، الخطب السياسية، الخطب الحربية، الخطب الدينية والخطب الإجتماعية[29].

أمّا "حاوي" فيقسّمها الى خطب سياسية وقضائية ودينية وحفلية ويدمج السياسية والحربية أو العسكرية[30].

ويعتمد "محمد العمري" [31] من جانبه في تقسيم الخطابة على مراعاة عامل المقام حيث يرى أنّ هناك فقط ثلاثة أقسام وهي الخطابة الدينية والخطابة السياسية والخطابة في الموضوعات الإجتماعية وشؤون الحياة.

أمّا "محمد عبد الغاني حسن" في كتابه "الخطب والمواعظ" فيعتمد في تقسيمه لأنواع الخطابة حسب تواجدها عبر العصور معتمدا على عادات كلّ قوم وعرفهم في تحديد هذه الأنواع وهو يقول في هذا السياق:

"فتجد الآن أنواع من الخطب نجمت بحسب حالات كل قوم وظروف معايشهم وطرق تقاضيهم في المخاصمات ووسائل تفاخرهم بالأحساب والفضائل وأسباب أخذهم بالنصيحة سواء أكان ذلك عن طريق الدين أم عن طريق العادة الإجتماعية وللعرف في تحديد أنواع الخطابة دخل كبير"[32].

وهو إنطلاقا من ذلك يقسّم الخطابة الى 14 نوعاً هي:

خطب المفاخرة، خطب الوفود، خطب الزواج، خطب الإستخلاف والولاية، خطب الحرب والتحضيض، خطب الفتوح، خطب المناظرة، خطب الدين والوعظ، خطب المدافعة والإتهام، الخطب السياسية والبرلمانية، خطب التكريم والمديح والتهنئة، خطب الرثاء والعزاء، الخطب الإجتماعية، الخطب العلمية.

أمّا «أحمد الشايب»[33] فيقسّمها الى دينية وسياسية وقضائية وإجتماعية.

ومن خلال ما سبق سنحاول تصنيف الخطابة حسب التقسيم العام لها والمتداول أكثر بين أغلب الباحثين في مجال الخطابة لذلك فسوف نقسّمها الى هذه الأنواع:

الخطابة الدينية، الخطابة السياسية، الخطابة القضائية، الخطابة الإجتماعية، الخطابة الحربية أو العسكرية.

على أن نتحدث عن أنواع الخطابة حسب تواجدها في العصور في المباحث القادمة.

- الخطابة الدينية:

هي الخطابة التي تدور حول الدين وكلّ ما يتعلّق به من وعظ وإرشاد وحثّ على فعل الخير وإجتناب الشّر وتقرّب الى الله، وهذا النوع من الخطابة يكون في المساجد والكنائس والمحافل الدينية لأغراض دينية.

والخطابة الدينيّة بالنسبة لدراستنا هذه هي التي تنصب موضوعاتها حول شريعة الإسلام السمحة وهي تشمل بذلك الخطبة المنبرية التي تلقى في الجمع والأعياد ويوم الحج وفي باقي المناسبات كصلاة الإستسقاء، كما تشمل المواعظ والخطب التي تلقى في مختلف الأحوال لتعريف الناس بحقيقة الإيمان وتحبيب الناس فيه ودعوتهم للعمل بمقتضاه [34].

وأكثر الخطب الدينية والمواعظ أثرا في النفس وبلوغا الى القلب وتأثيرا في السامع ما كان عن مطابقة حقيقية بين القول والفعل وما كان صدى مستقيما لسلوك مستقيم وخلق قويم وإلاّ كان تقليدا ومحاكاة، فيذهب من النفوس أثره ويضيع من السامعين تأثيره[35].

لذلك فالخطابة الدينية تعتمد على إثارة العاطفة، تدعو الى الخير والأمر بالمعروف وتنفّر من الشّر وتحثّ على اتباع شريعة الإسلام وسنن الرسول صلى الله عليه وسلّم وقلوب السامعين متفتحة للتأثير بالخطب الدينية لأنّها تصلهم بالخالق سبحانه وتعالى وتعلو بهم عن الأرض الى السماء وتبصرهم بما ينفعهم في الدنيا والآخرة، فالخطيب يتكلّم من قبل الله والموضوع ديني وروحي، وثمرة الخطبة سعادة الفرد والمجتمع وتمجيد الله وطاعته وابتغاء الخير[36].

ومن أجل تحقيق غايتهم يلجأ الخطباء في هذا النوع من الخطب الى الإبتعاد عن التكلّف حيث تكون خطبهم قريبة التناول، صالحة لأوساط الناس، رائعة العبارة، بها من التشبيهات والمقابلات والأمثال ما يخفّف وقعها في النفس ويجعلها أكثر قبولا لأنّها بحكم الطبيعة على خلاف رغائب النفوس، بعيدة عن هواها، ويجب أن يأخذ الخطيب نفسه بالوقار والرصانة والتشكّل بأسباب ما يدعو إليه.

وما يحافظ على الخطبة الدينية واستمرارها هو أن تأتي بأفكار جديدة ومعان رقيقة وأسلوب مشوّق مع مراعاة مسايرة الحياة الواقية عن طريق الإستشهاد ببعض الأمثلة من حياة الناس الإجتماعية.

ويرى شلبي أنّه على الخطباء أن يدركوا أنّهم قدوة للناس ومثلا لهم في دين الناس بأقوالهم ووعظهم إن كانوا صالحين ثمّ إنّ الخطيب الديني إن لم يكن متأثرا متحمّسا لما يدعو إليه فلا أثر لخطابته وهو زيادة على ذلك عليه أن يتعرّف على نفسيات جمهوره حتى يقف منهم موقف المعلّم الحاذق يعرف كيف يوجههم الى عمل ويردهم عن آخر بماله من كياسة ودراية بتربية الغرائز ومعالجة الميول الجامحة [37]

ويرى الكثير من الدارسين أنّ الخطابة الدينية والمواعظ إنحدرت بعدما كانت في أوّج إزدهارها "ومشت مع عصور التأخّر جيلا بعد جيل حتى بلغت من الركاكة والضعف والتفاهة ما لا نقدم عليه عشرات من الشواهد التي تؤثّر مجافاتها هنا، وتأثّرت فوق ضعف الوازع بالضعف الأدبي واللغوي الذي ساد العربية في عصور إنحطاطها[38].

وتعود أسباب هذا الضعف الى عدّة نقائص من بينها:

- بعد الخطبة عن حياة الناس وواقعهم، رغم تعدّد موضوعاتها والمواضيع المعالجة ليست فيها جدّة حيث أنّه "كثيرا ما يشغل الناس حدث جليل وطارئ ويتشوّقون الى سماع كلمة الدّين فيه فإذا بهم يسمعون نغمات قديمة لا صلة لها بما يتوقون الى سماعه"[39].
- تعدّد أغراض الخطابة من دعوة الى فضائل شتّى وتنفير من رذائل متعدّدة فتجد الخطيب يتحدّث مثلا عن صلة الرّحم وبرّ الوالدين والرفق بالضعاف ومساعدة الفقراء، دون أن يفرد لهذه المواضيع دراسة تحليلية معمّقة ترسخ في الأذهان والخطبة الناجحة لابدّ أن تكون ذات موضوع واحد.
- تكرار الموضوعات حيث أنّ الخطيب يعيد نفس المواضيع بنفس المعاني ممّا يبعث على الملل ويقلّل بذلك من تأثيرها في نفوس السامعين وهذا ناتج عن قلّة الإطلاع والبحث في تفسير القرآن والسيرة النبوية وفي كتب التاريخ الإسلامي.

- سوء إلقاء الخطبة، فهناك بعض الخطباء من يلقونها بطريقة منّغمة ومن يلقيها بأسلوب رتيب تستوي فيه صيغ الإستفهام والتعّجب والإخبار وهذا ما يصرف ذهن السامع عن متابعة الخطيب.

- الخطابة السياسية:

يرى المؤرخون أنّ نشأة الخطابة السياسية يرجع الى الساعات الأولى التي برزت فيها المطامع بين الدول "فأراد قويّها أن يسود ضعيفها ويرفض عليه سلطانه" (40).

وترجع الخطابة السياسية الى الأيام التي كان فيها في بعض بلاد العالم القديم أحزاب متباينة الأهداف والمبادئ والوسائل فكان لكلّ حزب خطباؤه المرجوّون له.

والخطابة السياسية إنطلاقا ممّا سبق تدور حول شؤون الدولة الداخلية والخارجية، فتشمل الخطب التي تلقى في البرلمان وفي المجتمعات الإنتخابية والمؤتمرات الدولية والسياسية... إلخ.

ونشأة هذا الصنف من الخطابة بدأ عند اليونان في القرن الخامس قبل الميلاد لأنّ "الحكم كان جمهوريا وإعتمد طلاب الحكم على إسترضاء الشعب وإقناعه وكانت الخطابة وسيلتهم في ذلك"[41].

كما عرفت الخطابة السياسية إزدهارا كبيرا في العهد الروماني فكان شيشرون أجهر الخطباء صوتا حيث لا تزال خطبه يرنّ صداها على مدى الأزمان.

ويمكن الإستدلال من التاريخ أن الخطابة السياسية تكاد لا تزدهر إلاّ في البلدان التي يقوم نظام الحكم فيها على أساس ديمقراطي يتشاور فيه الشعب بقضاياه [42].

وفي الإسلام كان للخطابة السياسية دور لا يقلّ أهميّة عن ذلك الذي لعبته الخطابة في العصور السابقة.

ويرى «العمري» أنّ الخطب السياسية المرتبطة ببناء الدولة كانت أول أمرها أميل الى الخطابة الدينية لطبيعة الدعوة الإسلامية وهي تعليمية وتحميسية موجهة الى الجنود الفاتحة في الغالب[43].

وقد برزت معالم الخطابة السياسية أوّلا في الصراع حول الحكم وكانت بذورها الأولى بعد موت الرسول صلى الله عليه وسلّم مباشرة يوم وقف الفرقاء في سقيفة بني ساعد يحتج كلّ لأسبقيته في الخلافة بكلّ ما يبرّر غرضه من قيم دينية واجتماعية[43].

وقد لعبت الخطابة السياسية أيضا دورا كبيرا حين قامت العصبية بين الهاشميين والأمويين في العصر الأموي وكانت خطب أبي بكر وعمر وعثمان وعلي – رضي الله عنهم- ومعاوية ومن بعده خطباء من خطباء الأمويين تصويرا واضحا للأحداث السياسية الكبرى التي كانت جارية على المسرح الإسلامي حتى ظهور الدولة العباسية في 132هـ [44].

وقد عرف العصر العباسي أيضا خطباء سياسيين مفوّهين أمثال "السفاح"، و"داود بن علي"، لكن أخذ شأن الخطابة يضعف في العصر العباسي تبعا للضعف العام في أخريات ذلك العصر الذي كان من نتائجه ضعف الملكة ونقص المقدرة على الإرتجال.

وقد عادت الخطابة السياسية لتزدهر مرّة أخرى فتعود تدريجيا عصرا بعد عصر الى مجيء العصر الحديث الذي يعرف بعصر البرلمانات والحياة النيابية، فظهر خطباء مفوهون سواء تعلّق الأمر بالبلدان الوروبية أمثال "ميرابو" "لامرتين" و"روبسبير" أو خطباء ينتمون الى المحيط العربي أمثال "عبد الله النديم" "سعد زغلول" "مصطفى كامل" الذي لا تزال مجلات الأدب الخطابي تحتفظ لنا بخطبه في الإسكندرية سنة 1907[45].

وخلاصة القول أنّ تطور الخطابة السياسية بالإضافة الى العوامل السابقة الذكر تتعلّق أيضا ببراعة الخطيب السياسي في أشدّ الأزمات وأحرج السّاعات فهو قادر على أن يحيل اليأس الجاثم الى أمل يشيع ويشّع في النفوس"

وفي هذه الأحوال كلّها يميل الخطيب الى الطريق الأمثل الذي يحقّق له الإقناع بالحجة والمنطق ومن أجل ذلك فإنّ الخطيب السياسي عادة ما يتحاشى التفاخر والمبالغة في تجميل الأسلوب.

- الخطابة القضائية:

هي تلك المرافعات التي تلقى أمام الحكام في إتهام شخص أو الدفاع عنه وموضوعها إحقاق الحقّ وإبطال الباطل والفصل فيما ينشأ بين الناس من نزاع[46].

كما عرفت الخطابة القضائية أيضا أنها تلك التي تلقى في ساحة المحاكم أمام القضاة، سواء كان الملقي ممثّل النيابة أم محامي عن المتّهم وهي تختلف باختلاف المحاكم التي تلقى بها، فقد تكون في أمر جناية أو أمر مدني أو حالة من الأحوال الشخصية.

وعلى ذلك فإنّ الخطابة القضائية على الإجمال تعنى بالفصل في الخصومات، وأصول هذا النوع من الخطابة قديم قدم الخصومات والمنازعات البشرية، وقد جاء في كتاب "المحاماة" لأحمد فتحي زغلول "قد كان اليهود في زمن موسى عليه السلام رجال يشتغلون أمام القضاء فيما يشبه المحاماة اليوم وأخّص ما كانوا يعملونه حّل المشكلات التي تظهر بين الأفراد من المسائل القانونيّة و كانوا في عملهم هذا مأجورين ممّن يعملون لمصلحته لأنهم في عملهم كانوا يأخذون جعلا من بيت المال"[47].

وقد كان قدماء المصريين في بعض عصورهم يخشون التأثير الخطابي بالصوت والإلقاء والحركات والإشارات وجمال الشارة فحرّموا المرافعات بغير الكتابة، خوفا على العدالة من أن تذهب فريسة قوّة التأثير.

وقد كان لقوة تأثير المرافعات في مجالس القضاء عند اليونان أثر واضح في الأحكام، حتى سنّت القوانين لمنع الخطباء من إستخدام الوسائل لإثارة الوجدان والعواطف فيها، وحتى عيّن في كلّ محكمة رجل يقاطع الخطيب أو يسكته كلّما رآه يحاول التأثير بقوّة العاطفة والألفاظ وإثارة الإعجاب.

أمّا الرومان فمع قوّة تأثير الخطباء عندهم تركوا العنان ولم يقيّدوا الخصوم بأيّ قيد، ثقة بالقضاء وإعتمادا على وضوح القانون وصراحة قواعده[48]

وهذا النوع من الخطابة كذلك كان موجودا في مجتمعات ما قبل الإسلام يلجأون إليه في تقرير شؤونهم الداخلية سواء تعلّق الأمر بقضايا الدّيات والقصاص

والمغارم وفي العصر الإسلامي الأوّل لم يخمد هذا النوع من الخطب بل كان الرسول صلى الله عليه وسلّم يتوّسل بها في قضايا تخّص إصلاح ذات البين في الخصام وقد قال عليه الصلاة والسلام فيما روته أمّ سلمة رضي الله عنها: "إنكم تختصمون إليّ فلعلّ بعضكم أن يكون ألحن بحجّته من بعض فأقضي له على نحو ما أسمع منه، فمن قطعت له من حق أخيه شيئا فإنّما أقطع له قطعة من النّار"(49).

وهذا يدّل دلالة واضحة أنّ الفصل في الخصومات أمر صعب للغاية وتحرّي العدالة أمور فوق طاقة البشر، وقد تطوّرت الخطابة القضائية وهي اليوم مضبوطة بالنظام والقانون بوجود نصوص قانونية واضحة يعتمد عليها المحامون ورجال النيابة في المرافعات.

– الخطابة الإجتماعية:

وهي التي تعالج قضايا المجتمع على إختلافها ويدرج الدارسون جميع الخطب التي لا تستوعبها السابقة تحت عنوان عريض هو الخطابة الإجتماعية، ويمكن تصنيف هذه الخطب على كثرة موضوعاتها الى صنفين:

1. خطب في موضوعات إجتماعية تتناول العلاقة بين الناس وتنظيم المجتمع مثل خطب الإملاك.

فيسعى الخطيب في خطب الإملاك الى إقناع ولي العروس بصلاح العريس حسب القيم الإجتماعية المعتبرة عندهما ففي نماذج الجاهلية نجد الحديث عن مكانة القبيلة ورجاحة عقل العريس ووفرة ماله أو تبرير قلّته كما نجد في خطبة أبي طالب عند زواج الرسول بالسيدة خديجة:

"الحمد لله الذي جعلنا من زرع إبراهيم وذريّة إسماعيل وجعل لنا بلدا حراما وبيتا محجوبا وجعلنا الحكام على الناس ثم إنّ محمد بن عبد الله ابن أخي من لا يوازن به فتى من قريش إلاّ رجح عليه برّا وفضلا وكرما وعقلا ومجدا ونبلا وإن كان في المال قلّ، فإنّما المال ظلّ زائل وعارية مسترجعة وله في خديجة بنت خويلد رغبة ولها فيه مثل ذلك وما أحببتم من الصدق فعلي"(50).

واهتمّ الخطباء في العصر الإسلامي بإظهار المزيّة الدينية خاصة إذا لم تكن للعريس مزايا إجتماعية أخرى ككرم النسب ووفرة المال.

2. خطب ذات طبيعة وجدانية هدفها المشاركة والإشراك في المسرّات والأحزان كالتهنئة والتعزية ووصف المشاهد والبلاد.

وقد عرفت كلّ هذه الأنواع من الخطابة بالنسبة لخطب التهنئة على سبيل المثال فكثيرا ما شهدت المنابر مواقف الخطباء المهنئين في المناسبات السعيدة والمقامات المحمودة، ونذكر على سبيل المثال تهنئة وفود العرب لسيف بن ذي يزن حين إستردّ ملكه من الحبشة، فقد وقف عبد المطّلب بن هشام جدّ النبي صلى الله عليه وسلم يهنئ الملك العربي قائلا: "إنّ الله تعالى – أيها الملك- أحلّك محلاً رفيعا صعبا منيعا... وأنبتك منبتا طابت أرومته..وثبت أصله وبسق فرعه في أكرم معدن وأطيب موطن فأنت رأس العرب وربيعها الذي به تخصب وملكها الذي به تنقاد وعمودها الذي عليه العماد ومعقلها الذي إليه يلجأ العباد... نحن أيها الملك أهل حرم الله وذمته وسدنة بيته أشخصنا إليك الذي أبهجك بكشف الكرب الذي فدحنا، فنحن وفد التهنئة لا وفد المرزئة"[51].

فهذا النوع من الخطب يسعى من خلالها الخطيب لمشاركة الأخرين ما يجده أو إشعارهم بمشاركة إياهم وتعاطفه معهم.

– الخطابة العسكرية (الحربية):

عرفت منذ أقدم العصور وهي الخطب التي يلقيها القائد على جنده ليثبّت قلوبهم ويلقي الحماسة في نفوسهم ويدفعهم فيها الى حياة شريفة أو موت عطر الذكر ولهذا النوع من الخطب أثر عظيم في الحروب، فهو الذي يقوّي روح الجند المعنوية، والقوّة المعنوية لها الأثر العظيم في الإنتصارات، فالقوة المعنوية هي: "العامل الحاسم في الحروب في العصر الحاضر كما كانت في الغابر ولا ريب في أن الخطب العسكرية لها الأثر الواضح في تقوية الروح المعنوية"[52].

وينجح الخطيب في هذا النوع من الخطب إذا جعل قوام خطبته[53]:

– بيان شرف الغرض الذي من أجله يحاربون ويتقدّمون الى مواطن الرّدى، فإن كانت الحرب دفاعا عن وطن في خطر يبيّن ما في السكوت من ذلّة وعار ودمار، وإن كان يدافع عن عقيدة يبيّن ما في الخذلان من نشر للفساد وما في الإنتصار من إقامة للحق والفضيلة.

- وبيان الأثر الحسن لمن يتقدم لهذه البلاد بثبات بأس وقوّة جنان، فإمّا انتصار وعزّة وفخار وشرف عظيم وإمّا موت وذكر عطر بالثناء إذ يكون له من جهاده لسان صدق في الصالحين.
- وبيان أنّه لا يأمر بالقتال ويمتنع بدمّه، بل إنّه يتقدّمهم يوم اللقاء والزحف ليكون له منهم القدوة الحسنة.

ويجب أن تكون الخطبة بصوت جهوري رزين، قوي النبرات وعباراتها حماسية نارية تلهب الإحساس بالحميّة والرّغبة في اللّقاء وألفاظها كثيره الأمال وتسمو بالخيال إلى مواطن الشرف والكبرياء في الجندية.

وليتحرّ الخطيب الإيجاز فإنّ الألفاظ الموجزة تحفظ وتطبع في ثنايا النفس وقد أمر أبو بكر رضي الله عنه يزيد بن أبي سفيان عندما أرسله على رأس جيش أن يوجز الخطبة في الجند، حتى لا ينسى الكلام بعضه بعضا[54].

وخلاصة القول أنّ الخطابة الحربية هدفها بعث عزيمة قوية وإرادة فولاذية في نفوس الجند ويبشرهم بالنصر وتهوين الموت والسعي الحثيث على إبقاء الثقة بينهم راسخة.

وأغلب الخطب الحربية مرتجلة نظرا للظروف المفاجئة التي لا تدع للقادة الوقت الكافي لتحضير الخطب وتنقيحها، على أنّه في بعض الأحيان تعد وتحضّر لظروف متوقّعة.

والخطيب في هذا الصنف لا يستعمل أي أسلوب ولا يلقي أي كلام بل يتخيّر الجمل القوية القصار، ويلجأ الى الخيال كثيرا، ويستثير به عظمة الماضي والأمل في الحاضر لكي يقع كلامه في مخاطبيه موقع التأثير ويحرّك في قلوبهم بذلك رغبة الإنصياع لأوامره.

هوامش المبحث الأول

(1) أبي القاسم محمود الزمخشري، أساس البلاغة: مادة "خطب" (بيروت: دار بيروت للطباعة والنشر، 1984)، ص 167، 168

(2) جمال الدين ابن منظور، لسان العرب: مادة "خطب" (بيروت: دار التراث العربي ومؤسسة التاريخ العربي، 1993) ج4، ص 133

(3) إسحاق ابن ابراهيم ابن وهب، البرهان في وجوه البيان (بيروت: مطبعة الرسالة، 1969) ص 79.

(5) عبد النور جبور، المعجم الأدبي (بيروت: دار العلم للملايين، 1979) ص 103.

(6) المرجع السابق ص 104.

(7) أرسطو طاليس، الخطابة: الترجمة العربية القديمة، تحقيق عبد الرحمان بدوي (الكويت: وكالة المطبوعات، بيروت: دار القلم، 1979) ص 9.

(8) محمد فريد وجدي، دائرة معارف القرن العشرين (بيروت: دار المعرفة، بدون تاريخ) المجلد الثالث، ص 707.

(9) علي محفوظ، فن الخطابة وإعداد الخطيب (الجزائر: مكتبة رحاب، بدون تاريخ) ص 13.

(10) محمد طاهر درويش، الخطابة في صدر الإسلام: العصر الديني عصر البعثة الإسلامية (دار المعارف، 1965) ج1، ص 1 - 3.

(11) عبد الجليل شلبي، الخطابة وإعداد الخطيب (ط1) (بيروت: دار الشروق، 1981) ص 10

(12) المرجع السابق ص 13

(13) أحمد الشايب، الأسلوب: دراسة بلاغية تحليلية لأصول الأساليب الأدبية (ط6) (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1966) ص 23

(14) محمد طاهر درويش: مرجع سبق ذكره ص 3 - 4.

(15) المرجع السابق ص 4.

(16) أحمد الشايب، مرجع سبق ذكره، ص 23، 24 بتصرّف.

(17) محمد أبو زهرة، الخطابة: أصولها، تاريخها في أزهر عصورها عند العرب (دار الفكر العربي، بدون تاريخ) ص 10.

(18) المرجع السابق ص 11.

(19) المرجع السابق ص 12.

(20) محمد طاهر درويش، مرجع سبق ذكره، ص 4.

(21) المرجع السابق ص 7.

(22) أحمد محمد الحوفي، فنّ الخطابة (ط4) (القاهرة: دار النهضة، مصر للطباعة والنشر، 1972) ص 43.

(23) محمد طاهر درويش، مرجع سبق ذكره، ص 51 بتصرّف.

(24) المرجع السابق ص 08

(25) زيدان جورجي، تاريخ آداب اللغة العربيّة (القاهرة: الهلال، 1936) ج1، ص 156.

(26) محمد عبد الغاني حسن، الخطب والمواعظ، ط2 (القاهرة: دار المعارف، بدون تاريخ) ص 41.

(27) أحمد محمد الحوفي: مرجع سبق ذكره، ص 66

(28) المرجع السابق ص 67

(29) أشرف موسى، الخطابة وفن الإلقاء (القاهرة: مكتبة الخانجي، بدون تاريخ) ص 10، 11

(30) إيليا حاوي، فن الخطابة وتطوّره عند العرب، (بيروت: دار الثقافة، بدون تاريخ) ص23، 25.

(31) محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي: مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية، الخطابة في القرن الأول نموذجا، ط1 (الدار البيضاء: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1986) ص35، 58.

(32) محمد عبد الغاني حسن، مرجع سبق ذكره ص55، 105.

(33) أحمد الشايب، مرجع سبق ذكره ص 109.

(34) عبد الجليل شلبي مرجع سبق ذكره، ص 108.

(35) محمد عبد الغني حسن، مرجع سبق ذكره، ص 75.

(36) الحوفي، مرجع سبق ذكره ص 102.

(37) شلبي، مرجع سبق ذكره ص 113.

(38) محمد عبد الغني حسن، مرجع سبق ذكره، ص 80.

(39) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 102.

(40) محمد عبد الغني حسن، مرجع سبق ذكره، ص 88.

(41) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 68.

(42) حاوي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

(43) محمد العمري، مرجع سبق ذكره، ص 46.

(44) محمد عبد الغني حسن، مرجع سبق ذكره ص 88.

(45) المرجع السابق ص 90.

(46) أشرف موسى، مرجع سبق ذكره ص 10.

(47) أبو زهره، مرجع سبق ذكره ص 169.

(48) المرجع السابق ص 170.

(49) المرجع السابق ص 169.

(50) العمري، مرجع سبق ذكره ص 62.

(51) المرجع السابق ص 65.

(52) أبو زهره، مرجع سبق ذكره ص 210.

(53) المرجع السابق ص 210 - 211 بتصرّف.

(54) المرجع السابق ص 211.

المبحث الثاني: الخطابة عند اليونان والرومان

إذا كانت الدائرة الحضارية أو المجال الحضاري الذي ينتمي إليه مجتمع ما، هو المجال الذي يسمح له بالإتصال والتواصل والإحتكاك مع غيره من المجتماعات المتاخمة له بصرف النظر عن الحدود القومية أو القارّية لهذا المجتمع أو ذاك، فإنّ اليونان وبحكم موقعها الإستراتيجي المطّل على البحر الأبيض المتوسّط كان نفسه الطرف الطبيعي الثاني الذي أتّم حلقة الإتّصال بين سكّان شواطئه في القارات الثلاث[1].

وليس هذا كلّ شيء، فإنّ الروابط الحضارية بين مناطق حوض البحر الأبيض المتوّسط مكّنت من تطوير أساليب الإتصال والتواصل بين مختلف مناطقها تأثيرا وتأثّرا وتجّسد ذلك على شكل الهجرات البشرّية والرحلات التجارية التي سمحت بالخروج من دائرة الإتصال العادي للدخول فيما يسمّى بالإتصال الحضاري بين الشعوب لكّل ما تحمل من أفكار ونظم وعادات وتقاليد.

وقد كان لهذا الإحتكاك الفضل الكبير في إثراء الحضارة اليونانية مما سمح بتنّوع أساليب ووسائل الإتصال سواءا في أثينا أو في غيرها من المدن الإغريقية التي أصبحت فيما بعد مدينة من المدن العريقة التي عرفها التاريخ بفضل ما خلّدته من فنون مسرحية وشعرية تناقلتها الأجيال بإستمرار بفضل قوّة تأثيرها وإستمالتها.

وسائل الإتصال عند اليونان:

عرف المجتمع اليوناني بحكم طبيعته عددا كبيرا من وسائل الإتصال، فبالإضافة الى الهجرات والرحلات التجارية التي سبق ذكرها والتي أسهمت في تعزيز العلاقات الإتصالية بين المجتمعات القديمة، فثمّة أساليب ووسائل أخرى كانت لها مكانتها الكبيرة بحكم قوّة تأثيرها وإستمالتها.

هذه الوسائل متعلّقة أساسا بفنون القول والإقناع الجماهيري من أساطير وملاحم ومسرحيات[2].

بالإضافة الى الخطابة التي تكاد تكون أبرز وسيلة ورسالة إشتهر بها المجتمع اليوناني قبل الميلاد.

وهذه بعض وسائل الإتصال التي إشتهر بها المجتمع اليوناني:

1. المحاضرات والمناقشات الحوارية:

من أجل الوصول الى إقناع الأفراد بضرورة بعض الأفكار السياسية ومن أجل بلوغ غايتهم التأثيرية على شباب العائلات النبيلة وساداتهم، كان السفسطائيون يعقدون جلسات يحتشد فيها أشراف اليونان لسماع المحاضرات التي يلقيها عليهم أبلغ السفسطائيين.

وإذا كانت المحاضرات وسيلة من وسائل الإتصال التي تعتمد على المشافهة في الإتصال والحوار المباشر فقد إشتهر هؤلاء المحاضرون بإستعدادهم الدائم للمحاضرة في أي موضوع كان في هذا العالم، كما كان في إستطاعتهم تعليم تلاميذهم البلاغة وذلك بالإعتماد على تنميق الألفاظ والعبارات المؤثرة والجذابة[3].

أمّا بالنسبة للمناقشات التي تعتبر هي الأخرى وسيلة من وسائل الإتصال القائمة على تبادل الحديث من أجل الوصول الى إقناع الطرف الآخر ببعض القضايا، فقد قامت في العهد اليوناني على أساس إستعمال الإحتمال كوسيلة لإقناع هيئة المحلفين.

ونجد هذه المناقشات في مؤلّف "كوراكس" وفي رباعيات "أنتيفون" الذي يظهر جليا أنّه كان يفضّل هذا النوع من الحوار عن البرهان الواقعي حتى ولو قام الدليل على الإتهام [3].

وإذا كان "أنتيفون" و"كوراكس" من أشهر المناقشين فإنّ أشهر من إعتمد على المحاضرات من السفسطائيين هم "الكيباديس" و"كريتياس Crétios" و"هيبياس" من آليس Hippas d'Elis.

2. الأساطير:

الأسطورة عبارة عن قصة أو حكاية [4] تتناقلها الأجيال وقد كان الإنسان في العصور القديمة يحاول عن طريقها أن يفسّر ظواهر الطبيعة وظواهر الكون المحيط به، مثل ظواهر الخلق والحياة والموت والخصوبة والإجداب وغيرها ومن ثمّ يحدّد علاقته بها وموقفه منها، وهنا نجد قدرا غير قليل من الأساطير اليونانية[5] التي شكّلت محور الإتصال والتواصل الأساسي بين أفراده.

والأساطير اليونانيّة تكاد تتطابق فكرة وتفصيلا مع الأساطير التي سبقتها في وادي الرافدين مثل الأساطير المتعلّقة بقصة الطوفان وقصة خلق الإنسان من طين وماء وروح إلاهيّة، وأسطورة إنانا ودوموزي (عشتار وتموز) البابلية ونظيرتها أسطورة آفروديتي وآدونيس اليونانية التي وصلت إليهم عن طريق الفينيقيين[6].

ولقد تطوّرت الممارسات المتعلّقة بهذه الوسيلة من الإتصال الشفهي (من الفمّ الى الأذن) لتنتقل الى مجال الكتابة المباشرة حيث برزت كتابات حاول أصحابها وصف الأشخاص والأحداث أو الأماكن والمواقف أو الأفكار والتجارب مثل "هيرودوت" الذي كتب عن الأساطير كما تطوّرت هذه الوسيلة الإتصالية لتصبح أغاني وأشعار ومسرحيات بكلّ ما تتضمّن من أفكار وحقائق وخيالات وأوهام وخرافات.

3. الملاحم:

الملحمة عبارة عن رواية أسطورية أو شبه أسطورية مكتوبة بالشعر، وأولى وأهمّ الملاحم اليونانيّة هما ملحمتا الإلياذة والأوديسة المنسوبتان الى الشاعر هوميروس HOMEROS[7].

وتعتبر الملحمة من بين أبرز وسائل الإتصال والتغيير الحضاري في عهد الحضارة الهيلينية (اليونانية) على إعتبار أنّ أدب الملاحم كان محطّ أنظار معظم أفراد المجتمع اليوناني إن لم نقل جلّهم، فقد كانت الأشعار والأناشيد أبرز السّمات المميّزة للملاحم وبواسطتها كانت تنتقل أفكار ومشاعر وأحاسيس المجتمع اليوناني.

وهوميروس من كبار القدماء الذي يجريه أفلاطون وأرسطو طاليس في أعلى المراتب ويستدّل بشعره لما كان يجمع فيه بين إتقان المعرفة ومتانة الحكمة وجودة الرأي وجزالة اللّفظ[8].

هذا الإكبار والمدح مردّه وفاء "هوميروس" لمعتقدات قادة الآلة الثقافيّة في اليونان.

وقد عاش "هوميروس" فيما بين القرن الحادي عشر والقرن العاشر قبل الميلاد وكان منشدا متجوّلا يتغنّى بالإلياذة والأوديسا، موضوع الملحمتين هو حرب طروادة[9].

و"هوميروس" يرسم صورة غريبة للآلهة، كما يبّين بوضوح ضعف أفقه بالنسبة للعالم الآخر حيث يرى أنّ الإنسان مركّب من نفس وجسد وليس في العالم الآخر ثواب وعقاب إلاّ في النادر توزعهما الآلهة بمثل ما توزعها في الحياة الفانية من عدل معكوس[10].

لا أمل إذن في غد مشرق عند «هوميروس» حتى في العالم الآخر، فالآلهة تطارد الإنسان بإستهتارها حتى بعد موته. الإستهتار والسقوط في عالم تتقلّب فيه المفاهيم والقيّم يحاصر الإنسان في أبيات قصائد "هوميروس" الى درجة تستحيل معها أيّة حياة متوازنة.

وبالرّغم من كلّ ذلك فقد كان الإلتقاء إيجابيا بين أشعار «هوميروس» وأفكار المجتمع اليوناني، فحدث التأثير والتأثر ونمت الإستمالة المرغوبة، وتظهر صورة هذا التأثير في تقديس المجتمع اليوناني «لهوميروس» حتى بعد وفاته.

ويرى بعض الباحثين أنّ شعر الهوميري لا يعّد مرآة الموازين الأخلاقيّة والعواطف الدينيّة عند اليونان ولكنّه شعر كان ينشد في بلاط أمراء أيونية، الذين كانوا على حظ وافر من الغنى والتّرف، فلم يكن الشاعر يتغّنى بغير ما يروقهم فيصوّر الحياة سهلة جميلة والشهوة غلاّبة والقوّة ممدوحة لذاتها لا يحدّها الحق.

ولّما كان اليونان قد درجوا على تدارس هذا الشعر جيلا بعد جيل وكان شعراؤهم قد نهلوا منه ونحوا نحوه قد تأثروا به تأثرا قويا في الدين والأخلاق[11].

فقد إتّخذ الشعر الهوميري وسيلة لتهذيب الأخلاق العامة حتى جعل تدريسه فرضا في كثير من المدارس[12].

وعبارة «وسيلة لتهذيب الأخلاق العامة» هي في الحقيقة تعني الأخلاق التي يوّد الساسة أن تكون كما جاءت في ملاحم أو قصائد «هوميروس».

4- المسرح:

إذا كانت الإحتفالات واحدة من بين أساليب الإتصال والتواصل بين البشر، فإنّ الأصول الأولى للمسرح اليوناني تكمن في الإحتفالات الدينية التي كانت تقام في المناطق المختلفة في بلاد اليونان[13].

ولقد مرّ المسرح اليوناني بتطوّرات منظمّة سمحت بتعزيز وتدعيم مساحات الإتصال والتواصل فيه بتوسيع رقعها عن طريق إدخال عناصر إعلامية وإتصالية جديدة فقد أصبحت الإحتفالات إستعراضات غنائية كما أدخلت على هذه الأخيرة تغييرات سمحت بتحوّل المسرحية التراجيدية (المأساة) التي عزّزت الإستعراضات الغنائيّة الى سرد الأحداث بالإضافة الى الحوار بكلّ ما في ذلك من أخذ وردّ بين الشخصيات.

ويمكننا أن نستعرض بعضا من مظاهر الإتصال في المسرح اليوناني من خلال هادين النقتطين:

1. إذا أخذنا بعين الإعتبار بداية طريقة بناء المسارح اليونانية نجد أنّ القسم الأكبر من المسرح كان مخصصا لمشاهدين، كما أنّ بناؤه يكون غالبا في منحدر من التلّ، وتكمن القيمة الإتصالية لهذا الفنّ المعماري إذا أدركنا أنّ أقّل صوت يصدر في ساحة العرض كان ولا يزال يسمع بوضوح في كلّ أرجاء المسرح على إمتداد المدرجات الصاعدة تدريجيا من الساحة حتى آخر صفّ في هذه المدّرجات التي بنيت حسب المؤرخين لتحتضن كلّ شعب أثينا.
وهو أمر يدعونا لنظر للإتجاه الذي كان يتخذه بناء المسرح حتى يتمّ تردّد الصوت بالصورة التي تؤدي الى هذه النتيجة السمعية الأخّاذة دون اللّجوء الى وسائل أخرى تسمح بذلك[14].
2. وثاني المظاهر الإتصالية في المسرح اليوناني تكمن في رجع الصدى أو ردّ فعل المشاهدين على العروض المسرحية فقد كانوا يبدون إستحسانهم أو إستهجاتهم للمسرحيات والمشاهد التي يشاهدونها، وكانوا يبدون ذلك في كثير من الصراحة والحيويّة والآنيّة المدعّمة لعملية الإتصال الفعّالة. ففي حالة المشاهد التي تعجبهم من المسرحيات كثيرا ما كانوا يعبّرون عن إعجابهم بالتصفيق أو بالأصوات أو بطلبات الإستعادة، وفي حالة إستهجانهم للمسرحية أو مشهد أو نشيد كانوا يعبّرون عن ذلك بدقّ كعوبهم على جوانب المدرجات التي يجلسون عليها أو بالتصفير، وفي بعض الأحيان يقذف الشاعر أو الممثلون بوابل من

الحجارة، وكثيرا ما كانوا يصرّون حين لا تعجبهم المسرحيّة إطلاقا بأن يوقف العرض قبل أن تنتهي مشاهدها حتى ولو كانت في أوّل أو ثاني مشهد من هذه المشاهد[15].

وهنا نستنتج بعض ملامح المشاركة الإتصالية الحيوية والفعّالة لجمهور أثينا من خلال وسيلة المسرح الإتصالية التي سمحت بتعزيز أواصر الإتصال بين مختلف أفراد الشعب اليوناني.

وإذا إعتبرنا المسرح اليوناني وسيلة من أهم وسائل الإتصال فلا يمكننا إعتباره فنّا حياديا، فقد إرتبط المسرح في نشأته بالقومية والدّين، والمأساة لا تعد وكونها صورة من صور الطقوس الدينية العامة مكتسبة هذه المكانة من عنصرها الأوّل: أساطير «ديونيسوس»[16] فصارت نوعا من العبادة الشعبية تتقدّم بها كلّ مدينة الى هذا الإله فظلّت جزءا من الطقوس منذ نشأتها الى ما بعد عهد إسكندر وإذ ذاك غادرت موضعها من الدين إلى منزلتها منزلة تسلية الشعب[17].

نشأة المسرح إذن دينية وإنفصالها عن الدين لاحقا ليس بالقطيعة التي قد تبدو للتأمّل السريع لأنّ عناصره متشابكة بعمق مع الدين وكلّ موضوع يمكن أن يتطرّق إليه المسرح لابدّ أن يحمل موقفا دينيا.

5- الخطابة:

إذا رجعنا الى التاريخ اليوناني نجد أنّ الخطابة أخذت مكانة مرموقة، فقد أبرزت آراءهم ومشاعرهم ومعتقداتهم كما أنّها جسّدت أساليبهم ووسائلهم الإقناعية التأثيرية الرامية الى التغيير وهذا يبرز القيمة الحقيقية للخطابة كوسيلة إتصالية.

وسنتحدّث بالتفصيل عن مميزات وخصائص الخطابة عند اليونان.

الخطابة اليونانية:

قبل بلوغ بلاد اليونان الى مدارج العلم والرقّي، كثر في أثينا وغيرها خطباء نمت فيهم الخطابة بالفطرة وذلك لأنّ "اليونانيون ذووا عواطف جياشة ومشاعر حساسة وميل الى الإفتتان في بلاغة الكلام"[18].

فلمّا إنتشر العلم وبزغت الفلسفة وشاعت الديمقراطية في بلاد اليونان كثرت الأحزاب السياسية، الأمر الذي إقتضى بروز النقاشات والجدالات السياسية والقضائية فإشتّدت الحاجة الى تعلّم الخطابة.

وبذلك تطوّرت الخطابة فإشتدت في خطبائهم دواعي القول البليغ فامتازوا بالبلاغة والفصاحة وحسن الإلقاء، وقد إحتكر تعليم الخطابة وتعلّم البيان جماعة من الفلاسفة هم السفسطائيين في القرن الخامس قبل الميلاد.

وقد كان من دواعي إزدهار الخطابة في بلاد اليونان عدّة عوامل نذكرها بإختصار:

1. بروز الآراء السياسية التي وجدت فضاءا تدافع فيه عن وجودها في ظّل الحروب والمناوشات التي تستدعي تأييد آراء وتفنيد أخرى ويكون ذلك بإثارة الجماهير وإستمالتهم لطرف ما وإقناعهم بآرائه، فإزدهرت الخطابة في خضّم هذا الصراع وبرزت دواعي التغيير في الآراء والإتجاهات والمواقف[19].
2. كانت كل من أثينا وأسبرطة مركزا فنيا وإتصاليا هامّا، فقد نشطت فيهما التمثيليات والآداب والملاحم والمسرحيات ولم تكن هذه الفنون الإتصالية إلاّ منابرا للخطابة، فكان في كلتا المدينتين نهضة خطابية وتدريب على حسن الإلقاء.
3. كان نظام اليونان السياسي مشجعا أيضا على الخطابة فكانوا إذا عرض عليهم رأي من الآراء قام صاحبه أو مؤيدوه بتقديم حججهم وتوضيح الأسباب التي تدعو الى تشريعه أو رفضه فإذا إنتهى الخطباء المؤيدون والمعارضون من خطبهم طلب من الحاضرين أن يعلنوا رأيهم.

"والجماهير عادة تتأثر ببلاغة الخطيب وبيانه... فكان الخطباء يتبارون في تنميق عباراتهم وإختيار أساليبهم المجازية وألفاظهم المؤثرة الجذّابة كي يؤثروا في مشاعر الجماهير ويستميلوهم إليهم[20]."

إذا كانت هذه العوامل المتفرّقة من بين الأساليب التي ساهمت في تطوير الخطابة كفنّ من الفنون الإتصالية فإنّ ثمّة وقائع تاريخية نقلتها لنا كتب التاريخ

تثبت أنّ الخطابة كانت لها مكانة مرموقة عند اليونان، فقد كان مجلس الأمّة في أثينا يصدر كلّ قرارته بالإعتماد على الخطب سواء تعلّق الأمر بشنّ الحرب أم عقد السّلم، ولقد كان يحكم على المواطنين بواسطة الخطب التي تلقى في المحاكم.

فلقد كان للخطباء سلطة إعلامية قويّة ونفوذ كبيرة بحكم أساليبهم في الإقناع والتأثير، وقد كانت المحكمة تعهد إليهم بإدارة شؤونها وتفرض على الرعايا أن يعملوا بنصائحهم، ومواعظهم، فيذكر المؤرخون أنّ "كليون" كان قد عيّن قائدا كما رأس "ديموستين" الخطيب حرب فيليب[21].

أمّا السفسطائيون فكانوا يعتمدون على الفنّ الخطابي في نشر الأفكار وتأييدها ولم تكن الحقيقة –نفسها– يقصدون بها، إذ قامت فلسفتهم على حدّ زعمهم، على أنّ الحقائق أمور نسبية لا وجود لها في عالم دائم التطّور والتعبير بل كانت المنافع هي الهدف.

وكان لعملهم لونان مختلفان:

«أوّلهما إفساد المنطق والجنوح الى إقناع الناس والحكام بأدّلة كثيرا ما تكون مضلّلة ولكنها تستهوي السامعين، وثاني اللونين لعملهم أنّهم شجّعوا الخطابة وأشاعوها، وجعلوها فنّا مستقبلا»[22].

لكنهم لم يضعوا لهذا الفنّ أصوله ولا قوانين نظرية بل مارسوه ممارسة عملية واقعية.

ومهما يكن الرأي في فلسفة السوفسطائيين، فقد كان تأثيرهم عظيما في ترقية الخطابة والأساليب البارعة في الدفاع عن الفكرة وحتى عن ضدّها «فكان السوفسطائي إذا تناول الطرف الراجح في موضوعه قوّاه وأبرزه في صورة من الخيال أو الجمال، وإذا تناول الطرف المرجوح وصل به الى درجة اليقين»[23].

وكان أوّل من وضع البدايات الأولى للخطابة غير مضبوطة القواعد ولا محددّة المعالم هم ثلاثة من السفسطائيين هم "بريكوس القوسي" الذي كان يأخذ أجرا باهظا في تعليم الخطابة (توفي سنة 430 ق م) و"بروتاغوراس" (480 – 411 ق م) و"جورجياس" (485 – 380 ق م).

ولقد أثارت مواقف السوفسطائيين خصوصا فيما يتعلّق بفلسفتهم الأخلاقية ردود أفعال الفلاسفة أمثال سقراط وأفلاطون اللذان تصدّا لمهاجمة أفكارهم فقد تبادل سقراط معهم الأفكار بالإقرار والإنكار والتقرير والتزييف، فقد أنف من طريقتهم لأنّه فيلسوف حقيقة لا تمويه، فهالته دعوتهم وتخوّف على عقباها على الأخلاق والقيم الثابتة المقرّة، فأخذ على عاتقه تعليم الشباب المنطق والربط بين النتائج والمقدمات، لذلك درس الخطابة وأسّسها على الجدل وأقامها على التدليل وبناها على التركيب والتحليل النفسيين وأوجب على الخطيب أن يتعرّف على نفسية الجمهور ليخطب فيه بما يناسبه ويلائم حاله.

ثمّ جاء بعد أفلاطون فسار على نهجه إذ إعتبر الخطابة وسيلة الى الحقّ والخير وغرس الأخلاق الفاضلة وجعل الخطيب فضله وسمّو نفسه الى مقدرته البيانية وسرعة بديهته[24].

وقد رأى أفلاطون أنّ الغاية الأولى للخطيب القضائي هي أن يفكر عن الذنب الذي ارتكب ضد العدالة أي أنّ مهمّة الخطابة خلقيّة قبل كلّ شيء[25].

وقد قسّم أفلاطون العلوم وفرّق بينها من علوم ضرورية وعلوم نسبية ليجعل من الخطابة التي إعتبرها كمالا ظاهريا، فنّا قائما بنفسه ينزل منزلة بقيّة العلوم (التي تعتبر من الكمال الحقيقي)[26].

ولقد سار أرسطو مع أفلاطون حتى كشف عن القياس والشكل فترك الطريقة الجدلية الحوارية التي تعلّمها من الشيخين (سقراط وأفلاطون) كما أنّه لم يخلط كسابقيه بين الفلسفة والخطابة، فقد إعتبر أنّ الفلسفة علم أمّا الخطابة فخطّة ومنهج يتّبعان صاحبهما وهدف الخطابة الإقناع وقد يكون بالمحتملات المضمونة وبالآراء الخاصة[27].

ومن هنا نرى أنّ أرسطو من خلال تعريفاته للخطابة إستطاع تدوين أصول هذا الفنّ وضمّ أجزائه في كتابه "الخطابة"، ولقد جعل أرسطو الكلام في الخطابة على أسس فنيّة، فقد حلّلها وبيّن منزلتها من البلاغة وأنواعها وصلتها بالمنطق،

ووضع أجزاء الخطبة وذكر كيفيات وأساليب تأثير الخطيب وتكلّم عن منزلة البرهان والمثل والإستقراء.

وقد تحدّث المؤرخون عن اشتهار الخطابة اليونانية خلال مائة عام، وقد أجلّت أمّة اليونان الخطابة وأعزّت مكان الخطيب حتى بلغ لهم هذا الإجلال إلى أن أقاموا في أحد معابدهم تمثالا من الذهب الخالص «لجورجياس»، الخطيب السفسطائي.

وقد تميّزت الخطابة اليونانية بكثرة موضوعاتها فبرزت خطب المحافل مع «جورجياس» الذي برع فيها، كما ظهرت الخطب القضائية وبرزت على يد «لوسياس» وغيره وإزدهرت الى جانبيهما الخطابة السياسية إزدهارا أوسع إبّان الصراع بين أثينا ومقدونيا.

بنية الخطابة اليونانية:

إذا كان الإقناع في الجماهير يقتضي أساليب محددّة وواضحة للوصول الى الهدف المنشود فإنّ خطباء اليونان كانوا من الذين إعتمدوا على فنون الإقناع لغرض حلّ مسائل تتشابه من حيث التعقيد لكن بطرق وأساليب متباينة تختلف من خطيب الى آخر، لذلك فإنّ دراسة طرقهم المختلفة في معالجة المسائل الهامة قد تعطي بعض النتائج الضرورية التي تكون عونا يعزّز فهم طرق الإقناع بصفة عامة.

1. الألفاظ والعبارات:

إختلف خطباء اليونان في طريقة توظيف الألفاظ المؤثّرة فقد كان «آنتيفون» يستعمل كلمات كثيرة تعتبر من بين الألفاظ النادرة أو الشعرية.

فقد كانت صرامته هذه في استعمال ألفاظ ذات فائدة إيجابية على إعتبار أنّها كالمات غير عادية أدّت في أغلب الأحيان – حسب الدارسين- الى جذب انتباه سامعيه وهو ما يفسّر شهرة «آنتيفون» الخطابية، زد الى ذلك كثرة إستعماله التعقيد في كلّ من الأسماء والأفعال قصد الإبتعاد عن الجمل العادية كطريقة للتأثير.

أمّا «لوسياس» و"إيسايوس" فقد توّجها الى اللّغة العاميّة كوسيط للإتصال، فقد عمدا الى إتخاذ الألفاظ البسيطة الشائعة بغرض الوصول الى دقّة التعبير والتأثير

بالكلام في أيّ غرض من الأغراض الكلامية، فقد إستخدم «إيسايوس» ألفاظ الشعب اليومية كوسيط للتأثير وحمل الغير على الإقتناع بما يراد منه وقد نجح في ذلك كثيرا[28].

أمّا «لوسياس» فقد إستطاع أن يرفع من شأن اللّغة الى البساطة ودقّة التعبير.

2. الأسلوب:

يرى أرسطو أنّ الأسلوب الركيك المرسل ممّل، إذ ليس ذا حدّ فنّي للطول ولا ينتهي إلاّ بإنتهاء ما تريد أن تقول[29].

ويذهب "هيرودوت" نفس المذهب حيث يظهر ميلا عظيما الى إستعمال السجع، ويلاحظ ذلك الميل أحيانا بشدّة مثلا في خطبة مناقشة النبلاء الفارسيين والميزة الخاصة في هذا الأسلوب (السجع) – حسبهم- هي كونه أكثر تأكيدا ودقّة من الأسلوب الآخر (المرسل).

ويجب أن يكون مركّزا إذا كانت الجملة متوسطة الطول تحاول أن يحشد الأفكار متلاصقة ثم تظهر محكمة[30].

والأمر الشديد الصلّة بالرّغبة في السجع هو الميل الى كثرة إستعمال الطباق والمقابلة وهذا مجاز فنّي يسهل إتمام السجع والمعنى وهو ذو فائدة في أنّ الجزء الثاني من الطباق والمقابلة يمّد القارئ أو السامع بما كان يتوقّعه فهو إذن تطبيق عملي لقانون نفساني مألوف للمشاركة بواسطة إستخدام آراء مضادة[31].

إلاّ أنّ المتطلّع على الخطب اليونانية يلاحظ ذلك التنوّع الصارخ في إستخدام الأسلوب من طرف الخطباء بإختلاف مواضيعهم وأهدافهم.

وعلى العموم فإنّ إستخدام الإرسال نجده عند عدد غير قليل من المقوّلين كلوسياس" و"إيسوكراتيس" و«إيسايوس» و«ديموستين»... إلخ أمّا الأسلوب السجعي فنجده عند "إيسخينيس" و"أنتيفون" وغيرهم.

ويرى دارسو الخطابة اليونانية أنّ أي قراءة للخطب في ذلك العصر يمكن الإستنتاج من خلالها إستخدام الأسلوب البسيط المسترسل كأسلوب غالب في الخطب.

وهـو ذات الأسـلوب الـذي يستخدم اليـوم في حمـلات الإتـصال العمـومي لأنّ منظري الإتصال يرون أنّ الإرسال في الأسلوب مع البساطة هو الذي يقرّب المرسل من المتلقي ويسهّل بالتالي عملية التأثير.

3. الأفكار:

يرى «أنور أحمد»[32] أنّ أفكار الخطب في العصر اليوناني جاءت مختلفة بإختلاف الموضوعات.

وعلى العموم فقد جاءت الأفكار المميّزة للخطب واضحة ومفهومة مؤثّرة في السامعين، ويعود ذلك الى طبيعة نظام الحكم في اليونان، فكان النظام القضائي كما سبق ذكره، يبيح لأيّ شخص أن يطلب الى القضاء محاكمة من يرى أنّه إرتكب أمرا يستحّق عليه العقاب ويقوم الطالب في هذه الحالة بمهمّة المدّعي العام[33].

وهكذا زكت الخطابة في ظلّ هذا النظام كما تعّددت موضوعاتها بتعّدد قضايا الشعب العامة والخاصة، وكنتيجة لذلك كانت الأفكار بارزة لأنّه كان يتّم اللّجوء الى أبرز الخطباء لكتابة مثل هذه الخطب.

وبالإضافة الى تعدّد الأفكار ووضوحها كان الإستشهاد بالشعر سمة من سمات الخطب الإغريقية التي تدّعمت بقول الشعر وذكر الحكم والأمثال كعناصر بارزة وأساليب بلاغية مهّمة للتأثير في المتلقين وإستمالتهم وجذبهم لتقبّل ما يقال.

الخطابة عند الرومان:

عرفت الخطابة عند الرومان نشاطا دؤوبا وتطوّرا ملحوظا، فقد أنشأوا المدارس الخطابية- على غرار اليونانيين- في القرن الثاني قبل الميلاد وكان "شيشيرون" من أكبر الخطباء والفلاسفة الرومانيين الذين إمتزجت فيهم التربيتان الإغريقية والرومانية، ويعتبر الخطيب الوحيد الذي بقيت بعض قطع من خطبه، ولقد كانت المدارس الرومانيّة حسب شيشيرون في القرن الأوّل قبل الميلاد تقبل الشبان الأغنياء يرسلهم ذويهم لتعلّم فنون الخطابة والإقناع، ولكّن بالرغم من ذلك فإنّ الفنّ الخطابي كان يحضى بقوّة جاذبة لم تمنع الخطباء والمفوّهون من التوّجه إليه وتعلّم قواعده وطرقه.

وقد إزدهرت الخطابة في عهد الإمبراطورية الرومانية عندما شعرت هذه الأخيرة بسوء حالها وبدأت تلوح بوادر الحركة والاضطراب، فبدأت الثورات على النظام الأرستقراطي والحكم الدكتاتوري ولم يكن لهم سبيل في ذلك الوقت الاّ أن يتكلّموا ويتجادلوا فانتعشت بذلك الخطابة ونبغ الخطباء من أمثال "شيشرون" "يوليوس قيصر" "سالوسيس" و"لوكيرش" (34)

وهذه هي الأصول العامّة للخطابة في بلاد الرومان:

- معان متعدّدة وأفكار مدروسة.
- تنسيق المعاني ووصل بعضها ببعض.
- صياغتها في أساليب ملائمة السامعين.

لكن الخطيب اليوناني كان يميل الى القضايا الفلسفية ويعتمد عليها في الأدلّة متأثرا بدراسته للفلسفة بيد أنّ الروماني كان يصطنع في خطابته التفصيل والإستنباط والقياس متأثرا بثقافته القانونية(35).

وقد ساعد على إزدهار الخطابة عندهم أنّها كانت سلّما للرقّي الى مناصب عليا في البلاد متها مجلس الشيوخ، كما أنّ الحروب والأزمات لها حصّة الأسد في هذا التطوّر حيث أنّ الشدائد وأزمات الحياة تدعو الى الخطابة وتظهر الخطباء (36).

هوامش المبحث الثاني

(1) لطفي عبد الوهاب يحي، اليونان: مقدمة في التاريخ الحضاري (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1979) ص 28.

(2) لطفي عبد الوهاب يحي، مرجع سبق ذكره، ص 187، 232.

(3) ج.ف دبسون: ترجمة أمين سلامة، خطباء اليونان (مؤسسة التضامن العربي بمعاونة المجلس الأعلى لرعاية الفنون والآداب والعلوم الإجتماعية، 1963) ص 19

(4) فؤاد إفرام البستاني، منجد الطلاب ، ط 25 (لبنان: دار المشرق، 1975) ص 9.

(5) لطفي عبد الوهاب يحي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(6) المرجع السابق، ص 21، ص 22.

(7) المرجع السابق ص 65.

(8) أبو الفتح محمد عبد الكريم الشهرستاني، الملل والنحل ج2، ص 106.

(9) مارغريت تايلور، الفلسفة اليونانية، إقتبست عنها شافية صديق، في الإتصال الديني: الحرية الفكرية وأساليب التعبير عنها، مقاربة لدراسة إشكالية المنطلقات والمرجعيات "حريات الإتصال" رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، 1998، ص 450.

(10) شافية صديق، نفس المرجع السابق، ص 4 - 5.

(11) المرجع السابق، ص 4.

(12) البدوي الملثم، عودات يعقوب، إلياذة هوميروس والبستاني (بيروت: دار المعارف، 1963) ص 97

(13) لطفي عبد الوهاب يحي، مرجع سبق ذكره، ص 189.

(14) المرجع السابق ص 51 - 52.

(15) المرجع السابق ص 222.

(16) ديونيسوس: إله الخمر عقيدته تشمل أسرار غامضة والأساطير المعزوّة إليه متنوعة ومشتملة على اللّذة والألم والسرور والحزن والمرح والإنقباض، فكان من الطبيعي أن تهزّ القلوب وتثير

الأحاسيس وتخلق في النفوس ملكة تذوق الإنقلاب الفجائي من الضد الى ضده بدون مقدمة ولا تمهيد وهذا المسمى بالروح المسرحية.

(17) محمد غلاب، مصابيح المسرح الإغريقي (لبنان: الدار القومية للطباعة والنشر، بدون تاريخ) ص 8 - 10

(18) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 206.

(19) درويش، مرجع سبق ذكره، ص 8.

(20) شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 145.

(21) ابوزهرة، مرجع سبق ذكره، ص 12.

(22) شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 188.

(23) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 207.

(24) جورجياس، حوار لأفلاطون حول الخطابة السياسية والحياة، ترجمة أديب خضور (بيروت: بيروت للطباعة والنشر، 1966) ص 60.

◆ جورجياس GIORGIAS: أحد شيوخ السفسطائيين، كان يقرّر في دروس أنّ الحقيقة لا تكفي وحدها في أن تكون محور الخطابة، فالفصاحة تجعل من الخطيب عبقريا قادرا على الإستمالة التي تجذب الجمهور إليه.

(25) أرسطو طاليس، مرجع سبق ذكره، ص 88.

(26) المرجع السابق، ص 31.

(27) المرجع السابق، ص 36.

(28) ج.ف. ديسون، مرجع سبق ذكره، ص 29- 30، 85، 123 بتصرف

(29) المرجع السابق، ص 32.

(30) المرجع السابق، ص 33.

(31) المرجع السابق، ص 34 - 35.

(32) أحمد أنور، خطباء صنعوا التاريخ (مكتبة الأنجلو المصرية، 1969) ص 7.

(33) المرجع السابق، ص 8.

(34) درويش، مرجع سبق ذكره، ص 8.

(35) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

(36) شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 210.

الفصل الثاني

الاتصال: الاطار التأصيلي والمعرفي

المبحث الأول: من الخطابة الى الإتصّال

أصول الإتصال:

يعتبر الإتصال من أقدم أوجه نشاط الإنسان بدونه لا يمكن أن يكون هناك عملية إجتماعية.

وقبل أن يصبح الإتصال علما قائما بذاته، كان التراث الإنساني حافلا بمحاولات فهم الإتصال ولعلّ أقدمها وجدت عند الإغريق حيث سادت القوانين الشفوية والخطابة في الجماعة.

ولقد كان لأرسطو وأفلاطون محاولات رائدة في هذا المجال، فمنذ أكثر من 23 قرنا، كان أرسطو يرى أنّ هدف الخطابة هو البحث عن كلّ الوسائل الممكنة للإقناع[1].

ويعني ذلك أنّ الخطابة عند أرسطو مثل الإتصال وهي نشاط شفهي يحاول فيه المتحدّث أن يقنع غيره وأن يحقّق هدفه مع مستمع أو مستمعين عن طريق صياغة قوّية ماهرة للحجج التي يعرفها.

ولقد توّصل كل من أرسطو وأفلاطون على إعتبارهما مؤسسي الدراسات القديمة لعلم الإتصال أنّ الإتصال فنّ أو صناعة يمكن تعليمها بالتمرين وأنّه علم قائم بذاته[2].

ويرى Michel Meyer أنّ الخطابة القديمة هي «فنّ الكلام الحسن» وصفة الحسن حسب Meyer تخفي عدّة أهداف من بينها الإقناع والحمل على القبول والتصديق والموافقة[3].

وقد إقترن مفهوم الخطابة La Rhétorique بالبلاغة والبيان والفصاحة، حتى أنّ الجاحظ جعل الخطابة في أعلى منزلة من منازل البلاغة[4].

كما إعتبر أنّ اجلاء المتكلّم للحقيقة حتى تكون واضحة لدى المستمع يعتبر بيانا.

ولازالت العلاقة قائمة بين هذه المفاهيم حتى اليوم فمعظم القواميس تترجم كلمة "ريطوريقا" La Rhétorique على أساس أنّها "علم البلاغة، علم الكلام،

فنّ الفصاحة، فنّ الخطابة، كلام متكلّف، لغة منمّقة"[5].

وكلّ هذه المفاهيم تلتقي في الحقيقة مع مفهوم الإتصال الذي تتعدّد مجالات إستعماله.

ويرى نقاد اليوم أنّ بيان الجاحظ المرادف للخطابة والبلاغة قريب من الإتصال على إعتبار أنّ التوصيل هي الوظيفة الأولى للّغة التي تعتبر أداة تمكن المتخاطبين من الإتصال بعضهما ببعض للتعامل أو التعاون في حياتهما اليومية [6].

فيرى الجاحظ أنّ "البيان هو الدلالة الظاهرة على المعنى الخفي" [7]

أو هو إسم جامع لكلّ شيء كشف لك قناع المعنى...حتّى يفضي السّامع إلى حقيقته ويهجم على محصوله..."[8].

فالمتكلّم يعبّر بواسطة الألفاظ عن المعاني، أمّا السامع فعليه أن يلتمس هذه المعاني ويفضي الى حقيقتها.

وعبارة يهجم على محصوله التي يستعملها الجاحظ عادة عند كلامه عن البيان لدليل قاطع على ذلك وهذا ما يتفق والإتجاه العام المنصوص عليه في القرآن.

"وما على الرسول إلاّ البلاغ المبين"[9].

ويستمّر الجاحظ في تعريفه للبيان قائلا: "...كائنا ما كان ذلك البيان ومن أي جنس كان ذلك الدليل فبأي شيء بلغت الإفهام وأوضحت عن المعنى فذلك هو البيان في ذلك الموضع"[10].

فإبلاغ المعنى وإفهامه هو هدف المتحدّث، أمّا المستمع في نظرية البيان فهو مخيّر في أن يأخذ المعاني التي كشفها له المتكلّم لو يتركها.

وفي موضع آخر من "البيان والتبيين" يتحدّث الجاحظ عن البلاغة والخطابة اللتان تفيدان التوصيل والتبليغ، كما أصبح اللّسان والكلام ينوبان في عدّة مواضع من التعبير الجاحظي عن البلاغة"[11].

ولقد كانت للبلاغة مكانة رائدة في الإقناع الخطابي حتى أصبحت الخطابة مقترنة – كما سبق– بالبلاغة عبر العصور، فقد جعل أرسطو البلاغة الى جانب الحجج والبراهين والأقيسة من أسس الإقناع الخطابي.

واختلطت البلاغة بالخطابة عند بعض النقاد لأنّ الخطابة تمثّل أعلى صورة للبلاغة حيث أنّها كما يؤكد محمد الصغير بناني تتطلب توفّر جميع شروط المطابقة الفنيّة الموجودة في النثر"[12].

والخصائص المشترطة في الخطابة المرتجلة جعل الخطابة في أعلى منزلة من منازل البلاغة.

فالخطابة حسب الجاحظ هي الإطار المثالي الذي تتجلّى فيه البلاغة النثرية.

ومن ثمّ فإنّ الجاحظ إذا تكلّم في بعض النصوص عن الخطابة والسياق يقتضي الكلام عن البلاغة فليس هذا معناه أنّه لا يفرّق بينهما ولكن لأنّه يتصوّر العلاقة بينهما على هذا الشكل ليس أكثر.

ولو أردنا أن نعبّر عن هذه العلاقة تعبير المتكلّمين لقلنا إنّ كلّ خطابة بلاغة وليست كلّ بلاغة خطابة أو إنّ البلاغة جنس والخطابة نوع"[13].

فالخطابة إذن تكاد تكون مرادفة للبلاغة –عبر العصور– بالنظر الى وزنها في عملية الإقناع.

وأصل البلاغة لغة كلمة "بلغ" ومعناها الوصول إلى الشيء، فسميّت البلاغة بلاغة لأنّها تنهي المعنى إلى قلب السامع فيفهمه[14]

ويقال الدنيا بلاغ لأنّها تؤدي بك إلى الآخرة[15]

أمّا إصطلاحا فلمفهوم البلاغة عدّة معاني:

قال ابن المقفع "البلاغة إسم جامع لمعاني تجري في وجوه كثيرة، فمنها ما يكون في السكوت ومنها ما يكون في الإستماع ومنها ما يكون في الإشارة ومنها ما يكون رسائل عامة ما يكون من هذه الأبواب الوحي فيها والإشارة الى المعنى والإيجاز هو البلاغة"[16].

وقد أورد الجاحظ في البيان والتبيين عدّة تعاريف للبلاغة، وقد رأى محمد الصغير بناني أنّ بعض تلك التعاريف يمكن اعتبارها في الوقت نفسه تعريفا للبيان والبلاغة والخطابة معا... بإعتبار الوظيفة المقصودة أعني وظيفة التعبير أو التوصيل[17].

نورد بعض هذه التعاريف:

- تخير اللّفظ في حسن الإفهام.
- إختيار الكلام وتصحيح الأقسام.
- بالإضافة إلى تعريفات الجاحظ للبلاغة فقد أورد البلاغيون عدداً كبيراً من التعاريف في كتبهم نذكر البعض منها:
  - البلاغة لمحة دالة
  - قليل يفهم وكثير لا يسأم
  - إدراك المطالب وإقناع السامع
  - قول تضطر العقول إلى فهمه بأيسر العبارة
  - إبلاغ المتكلّم حاجته بحسن إفهام السامع
  - أن تفهم المخاطب بقدر فهمه من غير تعب عليك
  - القدرة على البيان مع حسن النظام

ولعلّ خير تعريف يفصح عن معنى البلاغة وأهدافها قول أبي هلال العسكري:

«البلاغة كل ما تبلغ به المعنى قلب السامع فتمكّنه في نفسه كتمكّنك في نفسك مع صورة مقبولة ومعرض حسن»[18].

فهذا التعريف يشير إشارة صريحة إلى هدف أساسي وهو إقناع السامع ونقل المشاعر والأحاسيس والانفعالات من طرف إلى طرف آخر وهو يعتبر هدف مشترك يشكّل نقطة التقاطع بين الخطابة، البلاغة، البيان، والإتصال.

وإذا رجعنا إلى البلاغة في العصر الحديث، نجد أنّ أبحاثا كثيرة تطرّقت الى الزاوية الإقناعيّة للبلاغة فمثلا "بروتون" Breton يرى أنّ مجتمع اليوم هو مجتمع إتصال وأنّ للبلاغة فيه مكانة هامة لما تحمله من قوّة إقناعية[19].

في هذا الإطار ووفقا لهذه النظرة فإنّ البلاغة السابقة الذكر هي الخطابة التي وجدت لها في العصر الحديث مكانا معتبرا ضمن مجالات الإتصال الأخرى.

فقد إهتّم علم البلاغة الحديث – الذي يتضمن الخطابة- بعملية الإقناع،

وقد ساهمت العديد من العلوم في تلازم هذه العلاقة بينهما، وبخاصة علم النفس وأعمال "كارل هوفلاند" Karl Hovland شاهدة على ذلك "فقد ساعدت دراساته على بناء نظرية «إتصال وعلم بلاغة» حديث يقوم على أساس علمي»[20].

وسنتحدّث في الصفحات القادمة عن الجوانب الحديثة للإتصال.

الجانب اللّغوي للإتصال:

وإذا توّجهنا الى الجانب اللّغوي للإتصال نجد أنّه مشتق من المصدر "وصل" الذي يحمل معنى رئيسي وهو الربط بين كائنين أو شخصين، وجاء في القرآن الكريم "ولقد وصلنا لهم القول"[21].

ويعني الإتصال إيجاد علاقة من نوع معين من شأنها أن تربط الطرفين.

ولقد أشار المعجم العربي لمجمع اللّغة العربية في القاهرة وكذلك معجم متن اللّغة للعلم اللغوي[22]. الى أن للإتصال معنى واسعا جدّا متعدّدا من بين هذه المعاني التقّرب والتودّد، وللإتصال معنى آخر هو البلوغ أو الإنتهاء الى غاية ما، ووصل إلى الشيء بلغه ووصلني الخبر بلغني وإنتهى إليّ.

فالإتصال في اللّغة أساسا الصلة والعلاقة وبلوغ غاية معينة من تلك الصلّة [23].

الجوانب الحديثة للإتصال:

ممّا سبق يتّضح أنّ معاني الإتصال في التراث كثيرة ومتشعبّة تهدف مجملها الى الإقناع، الإفهام، التعبير عن الأفكار والمعاني والعواطف والربط والبلوغ وهي بذلك لا تختلف كثيرا عن مفاهيم الإتصال الحديثة.

فالمفاهيم الأولى للإتصال كما سبق إهتمّت بالخطابة بهدف إقناع المستمعين وتطوّر الإهتمام تدريجيا ليشمل الإتصال اللفظي وغير اللفظي وجماعات المتحدثين والمستمعين والأفراد، وشملت الدراسات الحديثة أيضا فيزيولوجيا الكلام والمسرح والإلقاء والمناظرة إلى جانب الإتصال الخطابي الذي بدأ يزهر كمجال تخصص جديد بعد تطوّر الإتصال في الثمانينات حيث إنعكس توّسع هذا العلم على مناهج الكليّات والجامعات التي غيّرت بعض برامجها عن الخطابة إلى برامج عن الإتصال الخطابي أو الإتصال[24].

ويجب أن نضع في الإعتبار أنّ جهود العملية الحديثة التي بذلت لتطوير مفهوم الإتصال وتحليله على أساس علمي، وسّعت إستخداماته متخطّية بذلك مختلف المجالات المعرفية سواء كانت إجتماعية سيكولوجية أو إعلامية دون أن تبتعد به كثيرا عن المعنى الشائع له.

والإتصال حسب النظرة الحديثة "نشاط يستهدف تحقيق العمومية أو الإنتشار أو الشيوع لفكرة أو قضية عن طريق إنتقال المعلومات أو الأفكار والآراء من شخص أو جماعة الى أشخاص أو جماعات ويكون ذلك باستخدام رموز ذات معنى ومفهوم بنفس الدرجة لدى كلّ من الطرفين"[25].

1. الجانب النفسي للإتصال:

وقد عرّف «جورج لندبرج» George Lundburg الإتصال على أساس أنّه:

"كلمة تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، والرموز قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك، كما أنّ السلوك الناتج عن هذا التفاعل قد لا يحدث لمجّرد التّعرض للرمز نفسه فلا بدّ من تهيئة الفرد الذي سيقوم بالإستجابة ليتقبّل المنّبه بشكل معيّن"[26].

يركّز هذا المفهوم على التفاعل الذي يتضمّن عنصر التأثير وذلك لأنّ التفاعل حسب "خيري خليل الجميلي" هو تأثير فرد على فرد آخر[27].

ويستخدم "جورج لندبرج" في مفهومه للإتصال ثنائية (منبه - إستجابة) (Réponse –Stimulus).

فمهّمة القائم بالإتصال تبدأ بتهيئة الفرد الذي سوف يؤثّر عليه ثمّ يقوم بإرسال منّبه ما (رمز) ليتّم تقبّله بشكل معّين، ونموذج (المنبّه - الإستجابة) هذا أو ما يسمى (Le model hypodermique) هو نتيجة تأثّر علم الإتصال الحديث بحقل بحوث علم النفس التي كانت من بين الحقول المعرفية التي وجّهت بحوث الإتصال في إتجاه التأثير والإقناع.

ويرى André Guittet في ذات السياق أنّ الإتصال أكثر من أن يكون مجّرد إنتقال المعلومات والأفكار فهو القدرة على التأثير في الطرف الثاني بواسطة

إنتقال المعلومات فيغيّره أو يعدّل إتجاه فعله[28].

أمّا "كارل هافلاند" Karl Havland فيرى من جهته أنّ الإتصال "هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالإتصال) منبهات عادة (رموز لغوية) لكي يعدّل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبل الرسالة)"[29].

وفي هذه الحالة ينّص التعريف على أنّ القائم بالإتصال ينقل عمدا وبشكل هادف منبهات لإحداث تغيير معيّن في الشخص أو الأشخاص المقابلين.

وإذا كان للتأثير حسب هذه التعاريف مكانة في الإتصال البشري فلأنه يؤدي الى تغيير أو تعديل سلوك الشخص أو الأشخاص المتلقّين عن طريق نقل المعاني من طرف إلى طرف آخر، وهذا مالا ينفي فعالية المتلقّي الذي لا يتلقى الرسالة بسلبية، كما لا تكون ردّة فعله ميكانيكية آليّة كما كان يعتقد فيما قبل.

فالتأثير الأساسي للإتصال ينصب على إحداث تغيير على الصورة الذهنية التي يشيّديها الفرد على الظواهر التي تحيط به ومن المحتم أن يتأثّر السلوك على المدى الطويل "وأحيانا قد يكون لتأثير الفعل الإتصالي نتائج مباشرة وواضحة كما يحدث على سبيل المثال عند مديح فرد لآخر أو إهانته له"[30].

وترى «جيهان رشتي»[31] في ذات السياق أنّ ردّ الفعل الذي يظهر على المدى القصير لا يكون واضحا ومن أجل ذلك فإنّ البحث عن إستجابة أو سلوك مباشر على كلّ رسالة قد يجعل القائم بالإتصال يشعر بأنّه لم ينجح في تحقيق هدفه، وترى "جيهان رشتي" أنّ هذا إستنتاج غير صحيح لأنّ التأثير على السلوك يستغرق وقتا وجهدا ولا يتحقق لمجرّد التعّرض لمنبّه واحد.

ونستنتج ممّا سبق أنّ للتأثير أهمية بالغة في دفع الأفراد للإتصال بغيرهم، كما أنّه هدف القائمين بالإتصال.

وإذا كان لا يمكن الوصول الى ردّ الفعل على المدى القصير حسب «جيهان رشتي» فإنّ ردود الأفعال الآنية للمتلقين تساعد كثيرا القائم بالإتصال في تعديل رسالته والإستمرار فيها، كما أنّها تعتبر إتصالا من جانب المتلقين تسمح بإستكمال دائرية الإتصال.

2. الجانب الإجتماعي للإتصال:

وإذا كان الإتصال أو التواصل هو الإصطلاح السوسيولوجي الذي يشير الى إنتقال الرموز ذات المعنى بين الأفراد فإنّ «ويلي و رايس M.Willey et S.A.Rice يريان أنّ إنتقال المعاني بين الأفراد هو الذي يحدّد العملية الإجتماعية بأن يحدّد جميع الأشكال المجتمعية حيث يصبح بقاء الحياة الإجتماعية وإستمرارها متوقّفا على إنتقال الرموز ذات المعنى بين الأفراد، كما وأنّ "أوجه النشاط الإجتماعي أيّا كان نوعها متوقّفة الى حدّ كبير على الخبرات المشتركة من المعاني"(32).

ويرى «تشارلز كولي» Charles Cooley أنّ الإتصال ميكانيزم توجد من خلاله العلاقات وتنمو وتتطوّر الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان وإستمرارها عبر الزمان وهي تتضمّن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطّباعة والخطوط الحديدية والبرق والتلفون وكلّ تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان(32).

فالإتصال كذلك عملية تتم في نسق إجتماعي تحدث فيه المبادلات بين الأفراد وفق عدّة معايير: لغويّة (القناة اللفظية والقدرات الصوتيّة) والثقافية (متعلّقة بالمرجعية الثقافية وإختلافاتها بين الأفراد فيما بينهم) ومعايير أخرى إجتماعية متعلّقة بالنسق الإجتماعي الذي يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمّنة فيه، بمعنى أنّ "هذا النسق قد يكون مجّرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محّلي أو مجتمع قومي"(33).

ويمكن تقسيم الإتصال حسب ما سبق الى ثلاثة أقسام متداخلة ومترابطة فيما بينها كما هو الشأن في النظّرية العامة للغة.

1. نحوي Syntaxe.
2. دلالي Sémantique.
3. براغماتي Pragmatique.

في إطار الإتصالات الإجتماعية يمكن القول أنّ المستوى الأوّل المتعلّق بالنحوي، يشمل مسالك توصيل ونقل المعلومات فهو يخّص دراسة الترميز

Codage، قنوات الإعلام، القدرة الصوتيّة وكلّ المعطيات الموضوعية والإحصائية الموجودة في اللغة، إنّه مستوى الإشارات les signes.

في هذا المستوى الباحث يهتّم بالرموز التي تشكّل الرسالة message أمّا مشكلة المعاني فهي تمثّل الموضوع الرئيسي لعلم الدلالة .Sémantique.

فالمرسل والمستقبل لا بد وأن يمتلكا لغة موّحدة سبق وأن تعلّموها، وإلاّ كان الإتصال في جهة واحدة دون أي معرفة، أو تفهم لما يقوله الطرف الآخر فتبادل المعلومات يعني حتما إتفاقية دلالية مسبقة (Convention Sémantique).

وأخيرا الإتصال يؤثّر على سلوكات وتصرّفات الأشخاص وهنا بالذات الطّابع البراغماتي في الإتصالات الشخصية، في هذا الإطار أي موقف إستراتيجي يوفّر فرصا متعددة ومتزايدة في الممارسات والتبادلات، كما أنّ هذا الجانب البراغماتي في الإتصال يعكس حقيقة الفروق والإختلافات الثقافية لدى الأشخاص والتي تدفع بالفرد الى محاولة تحقيق المنفعة والسيطرة[34].

ممّا سبق يتّضح أنّ هناك علاقة تربط المفاهيم السابقة الذكر.

فإذا كانت البلاغة والخطابة تهدفان إلى الإقناع فإنّ نقطة التقاطع بينهما وبين الإتصال تكمن في أنّ للإتصال عدّة إستخدامات أو وظائف من بينها الإقناع، فالكثير من المحادثات التي تجري بين الأفراد تقوم على محاولة فرد أو أكثر إقناع فرد آخر أو أفراد آخرين بوجهة نظر أو رأي معيّن.

والقائم بالإتصال في وسائل الإعلام يريد إقناع الآخرين بتبنّي وجهة نظر معينة أوشراء سلعة ما (الإعلاني) أو القيام بسلوك محدد"[35].

فالإتصال إذن له أهداف إقناعية على غرار الخطابة ويكون ذلك عندما يراد من وراء الإتصال تغيير وجهة نظر معيّنة، تعديلها والإقناع بشيء.

ويشترك الإتصال مع الخطابة في الأساليب والوسائل المؤّدية ألى تلك الأغراض وتقد بذلك الوسائل العقلية (المنطقية) أو العاطفية (الوجدانية).

كما يشترك الإتصال مع الخطابة والبلاغة في هدف آخر وهو الأهداف المعرفية، عندما يريد الفرد القائم بالإتصال توصيل المعلومات والخبرات[36].

والإتصال اليوم مجال واسع ومتطّور تذوب فيه العديد من المجالات والتخصصات بما في ذلك الخطابة التي إزدهرت لتصبح هي الأخرى من المجالات الواسعة التي تعتمد على عدّة أساليب لنقل المعاني كاللغة وتعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت... إلخ.

بالإضافة إلى ذلك فإنّ الخطابة تعتمد كالإتصال على معايير ثقافية وإجتماعية لأنّ بقاءها وإستمرارها في بيئة ما وفي محيط معيّن يقتضي الإعتماد على تلك القواعد.

وإذا كان الإتصال كعلم يستمد جذوره الأولى من الخطابة القديمة فإنّ الخطابة اليوم وبفضل التقدّم المعرفي أصبحت مجالا واسعا ضمن الإتصال يعرف هذا المجال بالإتصال الخطابي ويعتمد على ذات الأسس والقواعد البنائية التي يقوم عليها الإتصال.

هوامش المبحث الاول

(1) أرسطو طاليس، كتاب الخطابة، ترجمة إبراهيم سلامة (مصر: مطبعة أحمد مخير، مكتبة الأنجلو المصرية، 1950)، ص29.

(2) برنت روبن، الإتصال والسلوك الإنساني، ترجمة نخبة من أعضاء قسم الإعلام وتكنولوجيا التعليم، كلية التربية، جامعة الملك سعود (معهد الإدارة العامة، 1991) ص 67.

(3) Michel Meyer, Questions de Rhétorique : langage, raison et séduction (Librairie Générale Française, 1993) P 17

(4) محمد الصغير بناني، النظريات اللسانيّة والبلاغية والأدبية عند الجاحظ من خلال البيان والتبيين (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1994) ص 229.

(5) جروان السابق، قاموس الكنز (فرنسي – عربي) ص 982.

(6) محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص181، 195.

(7) أبي عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ج1) ص 75.

(8) المرجع السابق، ص 76.

(9) القرآن الكريم، سورة النور، الآية 54

(10) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ص 76

(11) محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص 230

أوّل من دوّن أصول الخطابة

(12) محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص 128

(13) المرجع السابق، ص 229.

(14) محمد جابر فياض، البلاغة والفصاحة: لغة وإصطلاحا، ط1 (جدّة: دار المنار للنشر والتوزيع، 1989) ص 19.

(15) أبو هلال العسكري، الصناعتين: الكتابة والشعر، تحقيق علي محمد النجاري ومحمد أبو الفضل إبراهيم (القاهرة: دار أحياء الكتب العربية، بدون تاريخ) ص 12.

(16) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ص 221.

(17) محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص 221.

(18) بدوي طبانة، علم البيان: دراسة تاريخية فنيّة في أصول البلاغة العربية، ط2 (مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1997) ص6- 7.

(19) Breton Philipe : L'argumentation dans la communication, (12ème ed, Algérie : Casbah éditions, 1998) P 29

(20) أحمد جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1978) ص461.

(21) القرآن الكريم.

(22) أنظر مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط2، (مصر: دار المعارف المصرية، 1973) ص 1073 والشيخ محمد رضا، معجم متن اللغة (بيروت: دار مكتبة الحياة، 1960) ص 766، 767.

(23) ليلى العقاد، مدخل إلى نظريات الإتصال ووسائله (دمشق: المطبعة الجديدة، 1986) ص 7.

(24) برنت روبن، مرجع سبق ذكره ص 85.

(25) سمير محمد حسين، الإعلام والإتصال بالجماهير والرأي العام، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، بدون تاريخ) ص 29.

(26) ليلى العقاد، مرجع سبق ذكره، ص 9 وجيهان أحمد رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 50، 51.

(27) خيري خليل الجميلي، الإتصال ووسائله في الخدمة الإجتماعية (المكتب الإجتماعي الحديث، 1985) ص 11.

(28) Gilles Amado, André Guittet : la dynamique des communications dans les groupes (Armand Colin – Collection U) p 03

(29) ليلي العقاد، مرجع سبق ذكره، ص 08

(30) فرج الكامل، تأثير وسائل الإتصال: الأسس النفسية والإجتماعية، ط1 (دار الفكر العربي، 1985) ص 109

(31) جيهان أحمد شتي، مرجع سبق ذكره، ص 52.

(32) محمود عودة، أساليب الإتصال والتغيير الإجتماعي (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1988) ص 07

(33) المرجع السابق، ص 8.

(34) Paul Watzlawick et al : une logique de la communication : traduit de l'américain par Jamine Morche, p 16.

(35) فرج الكامل، مرجع سبق ذكره، ص 24 بتصرف.

(36) خيري خليل الجميلي، مرجع سبق ذكره، ص 28 بتصرف.

المبحث الثاني: عملية الإتصال

أقدم المحاولات لفهم عملية الإتصال هي محاولات أرسطو في تقديم نموذج لمفهوم الخطابة يشمل على عناصر ثلاثة هي:

- المتحدّث.
- الحديث.
- الجمهور.

وكان الهدف الرئيسي للخطابة عند أرسطو هو الإقناع أي تحوّل بآراء ووجهات نظر الجمهور الى وجهة نظر المتحدّث[1] معتبرا بذلك أنّ الخطابة تمضي في إتجاه واحد من الخطيب الى المخاطب.

كما أرسى الجاحظ من جانبه عدّة معالم إتصالية من خلال تطّرقه لمفهوم البيان وكذلك مفهوم إبلاغ الرسالة الدينية.

فقد إعتبر الجاحظ أنّ دور المتكلّم يتمثل في التعبير عن الحقائق والمعاني الخفيّة التي تمضي من القائل الذي يكشف القناع عن رسالته إلى السّامع الذي يتلقّى هذه المعاني بواسطة البيان الذي يفيد التبليغ والتوصيل، فالمتكلّم هنا يهتمّ بالمخاطب ويوّجه البيان إليه.

فالبيان عند الجاحظ عملية تنتقل في إتجاه أفقي من المرسل إلى المتلّقي.

ومن خلال مفهوم الجاحظ للبيان يمكننا أن نستنتج عناصر عملية الإتصال كما يلي[2]:

1. القائل: وهو يقابل المتصل (القائم بالإتصال).
2. السامع: وهو يقابل المتلقّي (المستقبل).
3. كلّ شيء كشف القناع وهو يقابل (الرسالة).
4. الدليل أو أصناف الدلالات على المعاني من لفظ أو غير لفظ وهو يقابل (الوسيلة).
5. الغاية التي يجري إليها القائل (الفهم والإفهام) وهي تقابل (التأثير).

وقد إهتم ابن خلدون من جانبه بعناصر عملية الإتصال الأساسية:

- المتحدث.
- الحديث.
- الجمهور.

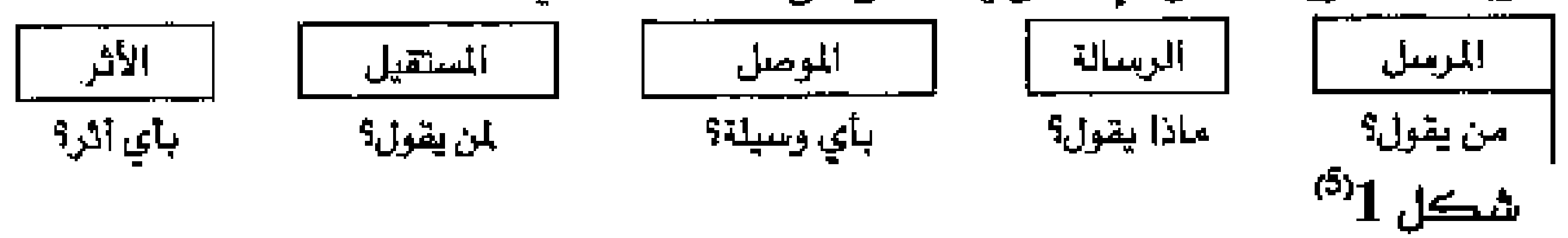
ولقد وضع هذه العناصر عندما إهتمّ بالإطار الإجتماعي (العمران الإنساني) في نقل الأخبار وقبولها.

وبيّنت التساؤلات التي أنجبت علم الإتصال حول هذه المرتكزات مولّدة ما يعرف بنماذج الإتصال الخطيّة التقليدية، وحسب هذه النماذج فإنّ عملية الإتصال تحدث في تفاعل عدّة عناصر قاعدية تتمثّل في المرسل الذي يبعث برسالة عن طريق قناة تجاه متلق[3].

وحتى يسهل علينا تفهّم عملية الإتصال نستعين بتلك السلسلة الشهيرة "للاسويل" H.LASSWEL التي تصف الإتصال في شكل تساؤل: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأيّ تأثير؟

Who ? Says what ? In which channel ? To whom ? With what effect ?

وبهذه الطريقة ففعل الإتصال يتشكّل من الحلقات التالية:

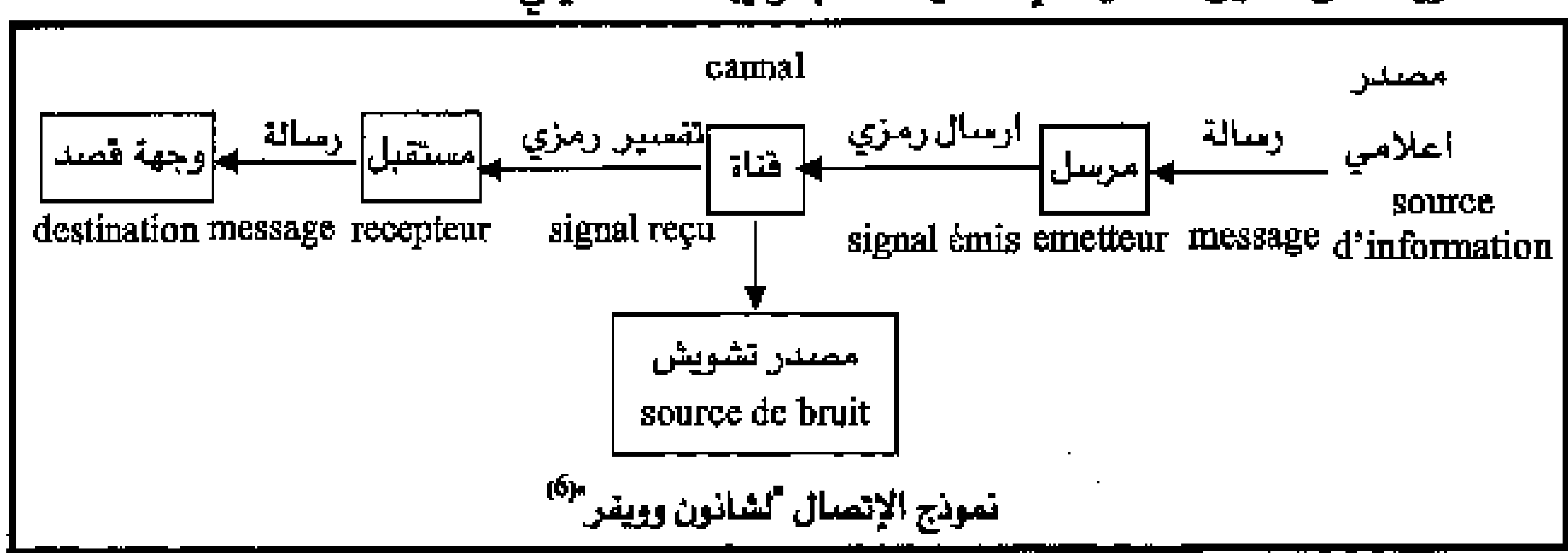


شكل 1[5]

وفي سنة 1949 قدّم «شانون و ويفر» Shannon et Weaver نموذجا جديدا متعلّق بتوصيل المعلوات، وقد عرّف بالنموذج الرياضي أو بنظرية المعلومات وقد أدخل فيه الباحثان عنصرا جديدا في بلورة المعلومات والأفكار هو الرمز (Le code).

من ناحية المرسل تسمّى العملية بإرسال رمزي (encodage) ومن ناحية المستقبل تسمّى العملية بتفسير رمزي (décodage) بالإضافة إلى وجود مصدر تشويش يعيق سريان عملية الإتصال.

ويمكن تمثيل العملية الإتصالية حسب رأيهما كما يلي:



نموذج الإتصال "لشانون وويفر"[6]

ومن خصائص هذا النموذج أنّه يبسّط معرفة عملية الإتصال، فعلى سبيل المثال عندما تحدّث إليكم فإنّ عقلي هنا هو مصدر المعلومات وعقولكم واجهتهما أو منتهاها، وجهازي اللفظي أو الصوتي هو المرسل أو الناقل وآذانكم والأعصبة المرتبطة بها هي المستقبل[7].

لكن إنتقال الرسالة قد تعرضها حواجز «معنوية» حواجز «معنوية» أو نفسية أو ميكانيكية وهي تشكّل مصدر التشويش: فتكون الرسالة المستقبلة متضمّنة لتعديلات أو تحريفات (deformations) وكذلك لأخطاء معينة في تفسير الرموز (decodage) ويشار إلى عملية نقل الرسالة لنشاط المرسل عادة بالتدعيم الرمزي، أمّا النشاط المستقبل فيشار إليه بالتفسير الرمزي.

ويرى باحثو الإتصال أنه من الطبيعي أن تحدث هناك تحريفات أو تتدخل عوامل داخلية على الرسالة أثناء رحلتها.

وتلعب هذه التعريفات المعنوية النفسية أو الميكانيكية دورا بارزا في تثبيت المعاني من جهة إثر التفسير الرمزي وكذلك في بلوزة وتوجيه الردّ أو الجواب من جهة أخرى إثر الإرسال الرمزي.

وإذا كانت عملية الإتصال كما هي مبيّنة أعلاه تتعلّق بالترتيبات الهندسية الشكلية حسب «شانون» فإن WEINER أستاذ "شانون" كان قد نشر ما يعرف بنظرية السيبرناطيقا Cybernétique سنة 1948[8]، وأدخل تعديلات جذرية في عملية الإتصال، حيث يرى أنّ العمليات السابقة تبدو خطية ميكانيكية، وذلك لأنّ عملية الإتصال ليست سيلانا للمعلومات في إتجاه واحد فكل طرف يستطيع أن يترقّب، يوّجه ويخطّط ممّا يمكن أن يرسل مسبقا وبكيفية محكمة لذا أضاف WEINER فكرة التغذية المرتدّة أو رجع الصدى[9].

وهذا العنصر الجديد أعاد النظر في الفكرة التقليدية الخطيّة وحسب WEINER فإنّ التأثر متبادلا بين كلّ من المرسل والمستقبل، فإرسال خطاب ما في إتجاه طرف آخر يحدث ردود أفعال عند هذا الأخير الذي يؤثر بدوره على المرسل فيوّجه له خطابا ثاني آخر متأثر بالأوّل وهذا ما يوضّح سيرورة ودائرية الإتصال[9].

ويرى BERLO أنّ هناك علاقة تفاعلية بين المصدر والمتلقي بدلا من علاقة وحيدة الطرف كان المصدر له فيها السيادة على الموقف الإتصالي [10].

والإتصال حسب النظرة الحديثة عملية ذات أطراف متعدّدة الأعضاء في الجماعة أو المجتمع تتّسم بالتغيير، هذا فضلا عن دائرية مسارها فهي لا تنتقل في الإتجاه الإفقي فحيب بل تمضي في إتجاهات متماكسة.

وهذا يعني إذا أخذنا الإتصال كعملية فإننا لابدّ أن نأخذ بعين الإعتبار العديد من المتغيرات في الإعتبار مثل الجماعات وإتجاهات الفرد والظروف الإجتماعية وليس فقط الرسالة الإعلامية كما كان الوضع وفقا للنظرية القديمة[11].

ويرى Gilles Amado و André Guittet أنّ الإتصال الإجتماعي تتحكّم فيه قدرات وكلّيات نفسية وإجتماعية منغرسة في البعد الثقافي الشامل التي تمثّل الإهتمام الأساسي لعلماء النفس والإجتماع والأنتروبولوجيا، وبالتالي فالإتصال الإجتماعي يتجاوز تلك الأطر والمحاور الخطّية التي وضعت أكثر لدلالة منهجية تبرّر العناصر المكوّنة لعملية الإتصال[12].

وهكذا فإنّ شكل عملية الإتصال يمكن تصوّره بالشكل التالي:

MESSAGE
رسالة
وسيلة إتصال
moyen de comunication

مرسل
Emetteur

مستقبل
Récepteur

FEED BACK
رد فعل
وسيلة إتصال
moyen de communication
رسالة
MESSAGE

شكل عملية الإتصال[13]
Schéma de la communication

فعملية الإتصال تتّم حينما يقوم شخص ما (مرسل) بإرسال خطاب مرمّز الى متلق يقوم بمهّمة إستقبال هذا الرمز وتفسيره وفقا لعدّة عمليات ذهنية نفسية وأخرى متعلّقة بالمحيط الإجتماعي والثقافي وبعد تلّقي الرسالة وإستيعابها يتحوّل المتلقي الى مرسل بدوره عندما يبعث بخطاب رجعي (سواءا كان لفظيا أو غير لفظي) يكون إجابة أو إستفسارا لخطاب الأوّل، فوظيفة المتلقي في عملية الإتصال هي تلقي المعلومات وحلّ رموزها وتحويل العناصر المادية للمعلومات إلى رسالة جوابية... وهكذا. مع العلم أنّ عملية الإتصال لا تتّم بهذه الميكانيكية المذكورة فهي متداخلة تحدث في إتجاهات متعاكسة كما سبق ذكره، كما أنّ ردود الأفعال لا تكون حتما آنية فقد تستغرق وقتا أطول.

وعملية الإتصال تتدخل فيها عوامل عقلية ونفسية (الإدراك) وعوامل إجتماعية وأخرى ثقافية.

وفي هذا السياق طوّر "جربنر" GERBNER سنة 1956 نموذجا للإتصال يتمحور حول إفتراضين أساسيين:

- ربط الخطاب بالواقع ليتمكن من إفادتنا بالمعاني
- تبّصر عملية الإتصال ككل ذو بعدين:
  - بعد إدراكي Perceptive.
  - بعد إتصالي Dimension communicante.

وهذا النموذج يمكن تطبيقه على مختلف أشكال الإتصال سواء كانت شخصية جمعية أو جماهيرية.

وهو بهذا يتصوّر عملية الإتصال كسيرورة يكن فهمها وفق مستويين:

في المستوى الأفقي يتّم إدراك الحدث من طرف الشخص نتيجة لتفاعل ومعالجة، وذلك لأنّ المحيط الخارجي مترجم في الإدراك على أساس علاقته بالحدث المعاش، وبالإنتماء الثقافي للشخص. فالمعاني هي هذا المستوى حسب GERBNER تستمد من ترجمة للمؤثرات الخارجية وفقا للمفاهيم الداخلية.

أمّا على المستوى العمودي فيقوم الشخص بتحويل ما أدركه من الحدث إلى رمز حول الحدث، وهو ما يسميه GERBNER رسالة تمثل الرمز والمحتوى.

ويرى GERBNER أنّه لا يمكن للرسالة المدركة من طرف الشخص أن تكون مطابقة تماما للحدث وذلك لأنّ الإنتقاء والتشويه موجودان دائما[14]:

ومن هنا يمكن يصوّر العملية التفاعلية في الإتصال كسيرورة تتدخّل فيها كثير من التيارات المنبعثة من أبعاد ومصادر أخرى عديدة ومختلفة كما يبيّنه الشكل التالي:

- -

- -

- - - - - -

شخص مرسل مصدر عقلي	مصدر اجتماعي تفاعلي	شخص مستقبل

مصدر ثقافي

- -

- -

- - - - - - -

فنحن نرى أنّ هناك ثلاثة مصادر مختلفة لكن متكاملة في شكل مستويات.

1. المصدر العقلي: الإدراك هو العملية التي يقوم عن طريقها العقل بتحديد معاني الرسائل الحسيّة التي يستقبلها المخّ، وهذا المصدر هو بمثابة العلبة السوداء (boite noire) أين توجد وتحفظ كلّ الوثائق الرمزيّة التي عاشها وكسبها الإنسان خلال حياته.
2. المصدر الإجتماعي: وهو المحيط المباشر للإنسان والذي له صلة مباشرة مع الرّسالة، إنّه الوسيط بين العقل الداخلي للإنسان والفضاء الإجتماعي الشامل،

يشمل كلّ من التأثيرات المباشرة وغير المباشرة الآتية من المحيط الخارجي التي تحفّز وتثير الرسالة كفعل وردّ فعل إجتماعي، ويمكن إعتباره كمعظم التصوّرات التي يفرزها الإنسان لها علاقة بمحيطه المنفعي والتي تشكّل إهتمامته الأوّلية والضرورية في حياته اليومية، ويمكن إعتباره بالقدرة الحسيّة التي تبعث من الإنسان في المكان ورقعته الظرفية والمسافة تختلف من إنسان إلى آخر حسب تصوّراته.

3. **المصدر الثقافي:** إنّه محيط أشمل من المصدر الإجتماعي فهو يتعدّى البعد المادي المكاني ليشتمل كذلك على البعد الزماني.

في هذا المصدر لا يمكن تصوّر نهاية الأبعاد فهو يؤثّر على كلّ الممارسات والمعاملات أينما كانت وكيفما أبرمت إنّه الظرف والفضاء الثقافي بلا حدود، الشامل والكامل، إنّه أكثر من البعد المكاني ليمتلك أيضا البعد الزماني TEMPOREL.

وهذه المصادر الثلاث تشكّل في نظرنا المستويات النفسية (العقلية)، الإجتماعية (الشخصية) وأخيرا الثقافية، وما هذا التقسيم إلا شكالي، لأنها متداخلة مرتبطة ومتفاعلة فيما بينها، والإتصال قبل أن يكون إتصال إجتماعي فهو إتصال ذاتي في أعماق الإنسان بين هذه المجالات التي تتحدّى المكان والزمان (15)

وإذا كان الإتصال عملية تتدخّل فيها قدرات وكليات نفسية وإجتماعية منغرسة في البعد الثقافي الشامل فإنّ سريان هذه العملية في أرض الواقع يتطلّب توفّر عدّة عناصر تمثّل العناصر القاعدية لعملية الإتصال وهي:

- المرسل أو المصدر أو القائم بالإتصال (Sender, source or communicator)
- وهو منبع مصدر الإرسال يقوم بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني.
- مستقبل أو متلقي (Audience, receiver)
- وهو مصبّ الإرسال الطرف الثاني يستقبل الرسالة.
- الرسالة، الخطاب (Message, Speech) وهي مضمون الإتصال يحتوي على

الرموز اللفظية وغير اللفظية التي تعبّر عن المعلومات أو الأفكار أو الآراء و المعاني التي تلفت نظر المستقبل.

- القناة أو الوسيط أو الوسيلة (Medium, channel).

وهو المسار الذي يسمح بتنقل المعلومات والأفكار من المرسل الى المستقبل، القناة تمثّل مسلك دوران الرسالة وتلعب خصائص القناة دورا بارزا في تحديد بعد ومدى الرسالة[16].

- يضاف الى ذلك عنصر رجع الصدى أو التغذية العكسية (Feed Back).

وهو الإجابة أو الرسالة المضادة التي يرسلها المستقبل ردّا على رسالة المرسل أو هو الإستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة لوصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها له، "ويظهر الرجع في أنساق حركية أو لفظية كأن يقول المستقبل نعم... هذا صحيح أو يهّز رأسه علامة على الموافقة"[17].

وإذا كان ردّ الفعل من العناصر المكوّنة لعملية الإتصال فإنّ التأثير الحقيقي للرسالة لا يظهر بسرعة وذلك لأنّ الإستجابة غالبا ما تستغرق وقتا أطور وهي تختلف عن ردّ الفعل الآني المصاحب لعملية الإتصال.

أبرزنا من خلال ما سبق العلاقة التي تربط الخطابة بالإتصال، ولقد أبرزنا أنّ المنبع الذي إرتوى منه الإتصال[18] لبناء عملية الإتصال هي العناصر القاعدية التي شكّلت مفهوم الخطابة عند أرسطو وهي:

- المتحدث.
- الحديث.
- الجمهور.

وإذا كان إهتمام أرسطو منصبا حول هذه العناصر الثلاثة فقط فذلك يعود الى أنّ الوسيلة التي إعتمد عليها كانت شفويّة معتمدة على الإلقاء.

أمّا الإقناع فقد كان هدفا واضحا وغرضا ظاهرا في الخطابة القديمة لدرجة أنّه لم يستدع الحال وضعه ضمن عناصر الإتصال، فالخطابة كما سبق هي كلّ الوسائل الممكنة للإقناع.

ولقد وضّحنا أنّ الجاحظ لم يهمل هذان العنصران حيث تحدّث عن الدليل أو أصناف الدلالات عن المعاني من لفظ وغير لفظ وهو ما عني به الوسيلة على إعتبار أنّه تحدّث في موضع آخر من "البيان والتبيين" عن أصناف هذه الدلالات وقد قسّمها الى:

- وسيلة اللسان (رسالتها اللفظ لسامع).
- وسيلة الإشارة (رسالتها الحركات والإيماءات للناظر).
- وسيلة العقد (للناظر واللامس وهي نوع من الحسبة على الأصابع).
- وسيلة النصبة (دلالة الهيئة).
- وسيلة الكتاب والقلم (رسالتها الخط).

وتعتبر كلّها وسائل إتصال.

كما تحدّث الجاحظ عن التأثير عندما قال أنّ الغاية التي يجري إليها القائل هي الفهم والإفهام.

وإن كانت النظريات الحديثة (التي عرفت منطلقا جديدا مع "لاسويل") مبنية على هذه الأسس الخطابية فهذا يثبت أنّه لو تحدّثنا عن عملية إتصال يمكننا أن نتحدّث عن الخطابة كعملية على إعتبار أنّها أساس بناء عمليات الإتصال.

ووفقا لما تقدّم يتضح أنّ الخطابة عملية تقوم على ذات العناصر القاعدية التي تقوم عليها عملية الإتصال.

وإن قام علماء الإتصال بتصحيح النظرة التي كانت تقول أنّ الإتصال يسير في اتجاه واحد من المرسل الى المتلقي، فإننا ومن خلال دراستنا هذه نعتبر أنّ الخطابة عملية تقوم على ذات العناصر التي تقوم عليها عملية الإتصال.

وهي وإن كانت تعتمد على الإقناع الذي يركّز على الرسالة (الخطبة) بالدرجة الأولى فهي حسب تصوّرنا لا تهمل الأطراف الأخرى التي تعتبر من العناصر الفاعلة والفعّالة بالرّغم من تواجدها في مرتبة أدنى من الخطبة.

وهذه العملية تقوم على الإلقاء والمشافهة كوسيط أو وسيلة للإتصال.

هوامش المبحث الثاني

(1) حمدي حسن، الإتصال وبحوث التأثير في دراسات الإتصال الجماهيري (كويك حمادة الجريسي للطباعة، 1993) ص 23، 24

(2) أنظر صالح خليل أبو أصبع، الإتصال الجماهيري (دار الشروق، 1999) ص 54، 55

(3) Judith LAZAR, la science de la communication (3eme ed que sais je? PUF, 1996) p 102

(4) أنظر: حمدي حسن، مرجع بيق ذكره، ص 24 و Judith LAZAR, op cit, p 105.

(5) Warren K.Agee, Phillip H Ault, Edwin Emery, introduction aux communications de Masse (Serie Medias: derigee par Gabriel Thoverave (edition Deboeck- Wesmael, s.a, 1989) pp 36-38.

(6) voir:

- Judith LAZAR, op cit, p 103
- Jean Pierre Hogue, Deris Levesque, Estelle M.Morin: Groupem pouvoir et communication (presses de l'universite du Quebec, 1989) p 113
- فرج الكامل، مرجع سبق ذكره، ص 113

(7) أنظر: محمود عودة، مرجع سبق ذكره، ص 13 و Jean Pierre Hogue et al, op cit, p 113-114

(8) IBID, p 111.

(9) Gilles Amado, Andre Guittet, op cit, p 04, et J.P.Hogue, op cit p 112.

(10) حمدي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 38.

(11) جيهان أحمد رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 63.

(12) Gilles Amado, Andre Guittet, op cit, p 30

(13) Cite par Jean Pierre Hogue et al: op cit, p 114

(14) voir: Judith LAZAR, op cit, p 106-107

- صالح خليل أبو صالح، مرجع سبق ذكره، ص 102.

(15) عبد الكريم بويحياوي: العجز التصالحي في الإتصالات الشخصية، دراسة النزاعات الإجتماعية حالة مركز التكوين والتتقين في التسيير الصناعي، دراسة ماجيستير (معهد علم الإجتماع)، ص 39- 40.

(16) محمد عبد الحميد، الإتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري (القاهرة: علم الكتب، 1993) ص 23.

(17) خيري خليل، مرجع سبق ذكرة، ص 12

(18) أنظر المقارنة بين نموذج أرسطو للخطابة ونموذج لازويل للإتصال، حمدي حسن: "الإتصال وبحوث التأثير في دراسات الإتصال الجماهيري"، ص 24

المبحث الثالث: من الإتصال الذاتي الى الإتصال المواجهي

إعتبرنا فيما سبق أنّ الخطابة عملية وإعتبرنا أنّها تقوم على المشافهة والإلقاء الذي يكون مواجهيا ومباشرا ويمكن تصنيفها بهذه الصفة ضمن شكل من أشكال الإتصال الذي يقوم على ذات الأسس وهو الإتصال الجمعي.

ولذلك فإنّنا سوف نركّز الحديث في هذا المبحث على أشكال الإتصال التي تقوم عليها الخطابة، إنطلاقا من الإتصال الذاتي الذي يحدث بين الفرد ونفسه سواءا كان هذا الفرد مرسلا أم مستقبلا وصولا الى الإتصال الواجهي الذي يقوم على الإتصال الشخصي بين الأفراد فيما بينهم والإتصال الجمعي في الجماعة، وهذا الأخير هو الشكل الإتصالي الذي تقوم عليه عملية الإتصال الخطابي.

الإتصال الذاتي:

الإتصال الذاتي عملية تتم في عقل الفرد يقوم من خلالها الفرد بتنظيم مدركاته عن الأشخاص والأشياء وتنظيم بنائه المعرفي حول المعلومات والأحداث والآراء التي يتعرّض لها بإعتبارها منبهات أو مثيرات تتطلب منه إستجابة.

وترى «جيهان رشتي» أنّ الإتصال الذاتي "يحدث داخل الفرد حينما يتحدّث الفرد مع نفسه ويتضمّن أفكاره وتجاربه ومداركاته[1].

وفي هذه الحالة فإنّ المرسل والمتلقي شخص واحد لذلك يرى "محمد عبد الحميد" أنّه عندما يسمع الفرد أو يشاهد عملا فنّيا من خلال الإذاعة أو التلفزيون أو السينما أو العرض المسرحي فإنّ حواس الأذن والعين هي التي تستقبل هذه المعلومات وترسلها إلى المخّ الذي يتّم فيه عملية تقييم الرموز التي إستقبلتها الحواس، وإضفاء المعاني الذاتية عليها فيتخذ الفرد قراره بقبول الإستمرار في الإستماع أو المشاهدة أو رفضها فيعطي أوامره الى الجهاز الحركي لتغيير المحّطة أو غلق الجهاز على سبيل المثال [2].

وبناءا على ذلك فإنّ هذا الشكل من الإتصال يتضمّن الأنماط التي يطوّرها الفرد في عملية الإدراك وهو الذي يسمح للفرد بأن يقيّم ويعطي معنى للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة به، كما يسمح له أن يتخذ قراراته بناء على المعلومات

التي يستقيها عن طريق حواسه.

فالإتصال الذاتي إذن قائم أساسا على النظام أو النسق الإدراكي الكامن بداخلنا والذي يتكوّن حسب Judith LAZAR من:[3]

1. عمليات الإدراك Les processus cognitifs.
2. مكوّنات المعرفة Les structures de la connaissance.

وبالتالي فإنّ الإدراك يعتبر من أهمّ العمليات التي تؤثر على نتيجة العمل الإتصالي.

وفي هذا السياق يرى أصحاب نظريات المعرفة الإدراكية Perceptual Cognitive Theories[4] أنّ الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كوّنه عن العالم المحيط به، فالأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى أو مغزى معيّن ويدركون ويفسّرون في إطاره العالم الخارجي وبالتالي يأتي سلوكهم متأثراً بهذه المعاني التي يكوّنها الفرد من الأشياء المحيطة به.

وبالإضافة إلى ذلك فإنّ الفرد هو الآخر يفرض ويحدّد بنية معيّنة للمظاهر الأخرى في العالم ذلك أنّنا لا نلاحظ ما يدور حولنا من خلالنا فقط ولكنّنا نفسّر أيضا ما نلاحظه ونصدر أحكامنا ونحاول أن نفسّر مشاعرنا ومشاعر الآخرين وهذا كلّه يحدث حسب "جيهان رشتي" داخل الفرد من خلال الإتصال الذاتي حيث يتحدّث الفرد مع ذاته.

إنّ فهم هذه العملية هو أساس فهم عملية الإتصال ذلك أنّ ردّ الفعل Reaction تجاه أيّ رسالة يستقبلها الفرد في أيّ شكل من أشكال الإتصال الأخرى يتوقّف على ناتج هذه العملية التي تحدث ذاتيا في جميع المواقف.

وهكذا فإنّ هذه العملية تتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص والرموز التي يتعرّض لها الفرد في عملياته الإنفعالية.

وفي ذات السياق يتحدّث «بن وهب» في كتابه "البرهان في وجوه البيان" عن مستويات البيان التي نرى أنها تمثّل مستويات الإتصال، حيث يمثّل المستوى الأوّل

والثاني الإتصال الذاتي:

ويرى "بن وهب" أنّ المستوى الأوّل الذي أطلق عليه بيان الإعتبار: هو بيان الأشياء بذواتها، الذي يكون بعضه ظاهر يدرك بالحسّ ولا يفتقر إلى برهان ولا إستدلال وبعضه باطن لا يدرك إلاّ بالعقل[5].

«فابن وهب» يرى أنّ هناك جانبين ظاهري وباطني في هذه العملية التي نرى أنّها تمثّل عملية الإتصال الذاتي عند الأفراد، وهذان الجانبان يمثّلان الأنماط التي يطوّرها الفرد في عملية الإدراك.

فالإنسان يستقبل معلوماته عن الأحداث عن طريق الحواس (جانب خارجي) والإدراك (الجانب الداخلي) هو الذي يسمح للفرد بأن يقيّم آراءه عن الأحداث ويعطي معنى لأفكاره (ويكون ذلك عن طريق العقل).

أمّا المستوى الثاني فهو الذي أطلق عليه "ابن وهب" إسم بيان الإعتقاد وهو يرى أنّه :"بيان بالقلب عند إعمال الفكر واللّبّ وهو ينتج عن النوع السّابق ذلك أنّ المرء إذا حصل له بيان الإعتبار صار عالما بمعاني الأشياء"[6].

وبيان الإعتقاد إذن نتيجة يتوّصل إليها الفرد بعدما يمّر بمرحلة بيان الإعتبار، فبعدما يستقبل الإنسان المعلومات التي يستقيها عن طريق الحواس يرسلها إلى المخّ وهو الذي تتّم فيه عملية تقييم الرموز المستقبلة، وفي نهاية هذه المرحلة (بيان الإعتبار) يضفي الإنسان معاني ذاتية على المعلومات المستقاة وعندما يصبح الفرد عالما بمعاني الأشياء يتخّذ قراره وهذا ما يطلق عليه "ابن وهب" بيان الإعتقاد.

وهذان المستويان يدخلان فيما يسمّى اليوم بالإتصال الذاتي «Intrapersonnel communication» وهو تفاعل الإتصال الذي يجري داخل الفرد نفسه.

ويرى «الجاحظ» من جانبه أنّ الرسالة المبلّغة من طرف المرسل ليست إلاّ تلك المعاني القائمة في صدور الناس، المتصوّرة في أذهانهم، المتخلّجة في نفوسهم والمتّصلة بخواطرهم[7] والتي يريد المتكلّم إبلاغها المخاطب بواسطة الألفاظ.

فالمعاني القائمة في صدور الناس حسب "الجاحظ" يقصد بذلك أنّ المعاني

تنتقل من الكائنات الموجودة في كلّ مكان إلى أذهان الناس ونفوسهم وخواطرهم في شكل صور هي في الحقيقة موجودة لكنّها معدومة حسب تعبير "الجاحظ" ما لم تظهر في أصوات وحروف يسمعها الناس ويفهمونها [8] وهو بهذا يصوّر تصويرا واضحا عملية الإتصال الذاتي التي تجري داخل الفرد الذي يكتسب المعاني من المحيط الخارجي ويخزنها في ذهنه في شكل صور يعبّر عنها "الجاحظ" بقوله "موجودة لكنّها معدومة" فوجودها يدلّ على أنّ عقل الإنسان يدركها ويصنّفها أمّا قوله "معدومة ما لم يظهر في أصوات وحروف يسمعها الناس ويفهمونها" فيعني عملية الإتصال الذاتي هذه تتمّ في مرحلة مبّكرة من العمليات الإتصالية، وهي تتمّ بين الفرد ونفسه قبل أن يقوم بالإتصال بالآخرين.

ويقدّم «يحي بن حمزة العلوي» في كتاب «الطراز» [9] ما سماه بمراتب التحقّق من الأشياء، وهي لديه أربع مراتب وتشكّل في حقيقتها أنماطا إتّصالية، فالنّمط الأوّل لديه يدخل تحت شكل الإتصال الذاتي ويتمثّل في درجة تحقّق الآراء والأفكار والأحداث أو كما يسميها «العلوي» الأشياء في ذهن الإنسان بعد تصوّرها أو في العالم الخارجي بعد إدراكها من طرف العقل.

يقول «العلوي» في مبحث بيان موقع البلاغة، في المستوى الأوّل«... وهي تحقّقها في الذهن وتصوّرها وهذه المرتبة هي الأصل وعليها تترتب الموجودات الأخرى، وهناك بعض التصوّرات الذهنية يمكن تصوّرها في الذهن لكن لا حقيقة لها في الخارج... وتارة يكون لها وجود في الخارج وهو سائر الممكنات"[10].

يضع هذا المستوى الإنسان في مركز ترتيب أو تنسيق الأشياء حيث أن تحقّق هذه الأشياء في الذهن وتصوّرها تعتبر من أولى الأولويات وذلك لأنّ هناك "نظام للمعنى" يعمل عند الكائنات الحيّة التي إمّا أن تكتسب هذه المعاني من المحيط الخارجي (الممكنات) أو أن تكون المعاني ذاتية نابعة من المنبهات الداخلية والتصوّرات الذهنية.

وينحو Leon Festinger نفس المنحى في كتابه A Theory of Cognitive Dissonance حيث يرى أنّ مركز تنسيق المعلومات الكلي عند

الفرد يتكوّن من ثلاثة أجزاء[11].

1. الفرد نفسه ومنبهاته الداخلية
2. الإطارات التي ينظر الفرد من خلالها الى المنبهات الداخلية والخارجية.
3. المنبهات خارج الفرد أو المجال الذي يقوم على التجربة.

وفي ذات السياق يرى "بركر و ويزمان" أنّ الفرد يتلقى منبهات داخلية وخارجية يستقيها الفرد في شكل نبضات عصبية تنتقل الى العقل ثمّ يختار العقل بعض هذه المنبهات ويفكّر فيها، ولكنّ إتخاذ القرار عمّا سيتمّ إختياره يتطلّب حدوث عملية تمييز، يليها عملية إعادة تجميع للمنبهات التي تمّ إختيارها في مرحلة التمييز ثمّ يتم ترتيب هذه المنبهات في شكل خاص له معنى عند الفرد القائم بالإتصال، وبعد تجميعها بهذا الشكل يتمّ فكّ كود رموز المنبهات التي تمّ تمييزها ويقوم القائم بالإتصال بتحويلها إلى رموز فكرية.

هذه المرحلة ضرورية لكي يصبح للمنبهات معنى، وفي مرحلة أخرى تصبح الدلالات الفكرية جاهزة لوضعها في كود أو تحويلها الى كلمات أو حركات لها معنى، وفي مرحلة الإرسال النهائية يتمّ إخراج الكلمات الرمزية والحركات التي وضعها القائم بالإتصال في كود في شكل مادي ملموس عن طريق التحدّث أو الكتابة أو ما شابه ذلك بطريقة يستطيع الجمهور الذي يريد المرسل أن يصل إليه أن يتلقاها.

وأوجه النشاط تلك تتفاعل وتتأثر بنظرة القائم بالإتصال للحياة وبكلّ الإعتبارات الشخصية والموروثة والثقافية والإجتماعية كما تتأثّر بتجاربه وتفكيره، فالله عزّ وجلّ خلق الإنسان مزوّدا بالعقل مهيّئا للتفكير، لأنّه كائن مفكّر بفطرته.

وفي هذا الإطار فإنّ الحثّ عن التفكير ليس محاولة إيجاد شيء غير موجود أصلا وإنّما هو لتنشيط هذا التفكير حتى يسبق العمليات الإتصالية المختلفة التي يجب أن تتمّ بناء عليه، فطريقة الردّ على أي تساؤل أو إستفسار من أي شخص يتمّ أساسا بناءا عن ما يجري في عقل الإنسان من تفكير وبناءا على ما يشعر به اتجاه

الشخص الآخر.

وهي ذات العملية التي يقوم بها الأشخاص في عملية الإتصال الخطابي سواء تعلّق الأمر بالخطيب الذي يتوقّف عرضه لخطبته على عملية الإتصال الذاتي التي يقوم بها بينه وبين نفسه قبل قيامه بعملية الإتصال الجمعي مع الأفراد الحاضرين معه، كما أنّ هذه العملية يقوم بها الأفراد المخاطبين حين تلقيهم الخطبة فهناك عملية تتمّ في عقل هذا الفرد المستقبل يقوم من خلالها بالتفكير في الطريقة التي ينظّم بها مدركاته وبنائه المعرفي حول المعلومات التي يستقيها من الخطبة التي تتطلب منه إستجابة.

الإتصال المواجهي:

الإتصال المواجهي عملية من بين عمليات الإتصال التي تتمّ بين الأفراد مباشرة، ويعرّف بإتصال المواجهة لأنّه يتمّ وجها لوجه بين شخصين أو أكثر حيث يمكن أن نستخدم حواسنا الخمس[13].

ويرى «فرج الكامل» أن الإتصال المواجهي يسمى بأسماء أخرى مثل الإتصال الشخصي والفردي.

ويمكن أن نجد هذا الشكل الإتصالي في المحادثة الثنائية والمناقشات في الجماعات الصغيرة وتقديم الإستشارات الطبية أو النفسية أو الإجتماعية والمحاضرات والإجتماعات العامة والمظاهرات والمسيرات وغيرها[14].

وفي هذا الإطار فقد كان يرى فلاسفة اليونان أنّ اجتماع الأمّة في ساحة واحدة لتتبّع أقوال الزعماء والقادة ضروري للمحافظة على الحرية واستمرار الإتصال ويرى جلال عبد الوهاب أنّ الإتصالات قديما كانت تقوم على المباشرة والمواجهة Face to face communication وهذا النوع من الإتصال حسبه «له قدرة لتحقيق الأغراض والأهداف المنشودة من الإتصال وذلك لقيامه على التفاهم والإقناع والإقتناع»[15].

ويرى «محمد موفق الغلاييني» من جهته أنّ الإتصال المواجهي الذي يستعمل الوسائل الشفهية كالخطابة يعتبر من أقوى أشكال الإتصال تأثيرا لمقدرته الكبرى

على الإقناع وذلك لأنّ المستمع في الإتصال المواجهي لا يستطيع التحوّل عمّن يتحدّث إليه غالبا وهذا ما يساعد على تركيز الإنتباه[16].

وممّا سبق نرى أنّ الإتصال المواجهي يمثّل القرب المكاني للمتصلين وذلك لأنّه يتمّ مباشرة بحضور أطراف عملية الإتصال ويحدث فيه التفاعل الذي ينجرّ عنه التأثير والتأثر وبالتالي الإقناع والإقتناع.

فصفة المباشرة التي تميّز هذا النوع من الإتصال تجعل منه شكلا إتصاليا فعّالا يحقّق الهدف المرجو من إتصال الأفراد بعضهم ببعض وهو الرّغبة في التأثير والإقناع.

ويرى «محمد عبد الحميد» أنّه يمكن تقسيم الإتصال المواجهي الى شكلين فرعيين[17] هما:

1. الإتصال الشخصي Interpersonnel communication.
2. الإتصال الجمعي Group communication.

ويعتبر هذان الشكلان أساس العمليات الإتصالية التي تحدث يوميا – زيادة على الإتصال الذاتي- حينما نعطي ونتلقّى أوامر أو ندخل في مناقشة أو نريد أن نوّجه رسالة ما الى فرد أو جماعة من الأفراد.

ويقسّم "صالح خليل أبو أصبع" الإتصال المواجهي الذي يسمّيه أيضا بإتصال الكلام أو الإتصال اللفظي الى عدّة أنواع من بينها، الإتصال الشخصي (الثنائي) والإتصال العام (الجمعي) الذي يدخل تحت باب الخطابة[18].

الإتصال الشخصي:

المقصود بتعبير الإتصال الشخصي هنا هو عملية الإتصال التي تحدث بين فردين أو بين مجموعة محدودة من الأصدقاء أو الأشخاص مثلا، متواجدين في مكان واحد ويتحدّثون أو يبادلون وجهات النظر في موضوع معّين أو يجمعهم حوار أو نقاش معيّن ولذلك أطلق عليه الإتصال الشخصي، لكونه يتمّ بصورة مباشرة بين شخصين أو أكثر قليلا.

وترى «جيهان رشتي» أنّ الإتصال الشخصي يحدث حينما يكون هناك

تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر[19] فالتفاعل الذي يحدثه إتصال النظامين فيما بينهما يكوّن نظاما للإتصال الشخصي.

أمّا "خيري خليل الجميلي" فيذهب إلى أنّ التبادل الشخصي للمعلومات أو عملية تبادل المعلومات والأفكار والإتجاهات أو غيرها التي تتمّ بين الأشخاص تمثّل إتصالا شخصيا[20].

وفي هذه الحالة إذن فإنّ أحد الأشخاص يمثّل دور المرسل بينما الآخر دور المستقبل.

وهكذا فإنّ الإتصال الشخصي يتضمّن تفاعلات المشاركين في عملية الإتصال عن طريق التأثير المتبادل لرسائلهم عندما يكونون حاضرين.

وترى Judith Lazar في هذا السياق أنّ كلّ اللقاءات التي تتضمّن تفاعلات تدخل في إطار الإتصال الشخصي بغض النظر عن نوع المعلومات المتبادلة [21].

وإذا كان الإتصال الشخصي مرتبط بصفة مباشرة بالوسيط الذي من خلاله يمارس الأفراد فعل الإتصال التبادلي فإنّ J.Lazar تذهب الى أنّ هذا يقتضي تكيّف تبادلي للسلوك، ويعني ذلك أنّ كلّ شخص يتكيّف أو يحاول أن يتكيّف مع سلوك الآخر.

فإذا أخذنا محادثة بين شخصين كمثال على ذلك فإنّ نتيجة تلك المحادثة متعلّقة بالتكيّف مع الرسالة أو الخطاب المرسل، في هذه الحالة فهم الخطاب أمر أساسي وضروري ليس فقط من أجل إستمرار الإتصال والتواصل ولكن كذلك لإحداث السلوك المطلوب.

والتكيّف حسب J.Lazar لا يتعلّق بالإتصال اللفظي فحسب ولكن كذلك الإيمائي الحركي سواء تعلّق الأمر بالجانب القصدي أو العفوي اللاشعوري [22].

وهكذا فإنّ عملية الإتصال الشخصي تقوم على أساس التفاعل القائم بين المرسل والمستقبل اللذين يحاولان من خلال الأفعال الإتصالية المتبادلة المحافظة على

سيرورة هذه العملية قصد حدوث التكيف المطلوب وبالتالي التأثر والإقناع بالخطاب المرسل.

وتتوقف هذه العملية واستمرارها على الإطار المرجعي لكل من المرسل والمستقبل الذي يمثّل السياق الإجتماعي الذي يربطهما بعضهما البعض.

وتقوم عملية الإتصال الشخصي على ذات الأسس التي تقوم عليها عملية الإتصال، وذلك لأنّ الأفعال الإتصالية هي نفسها، والإختلاف يكمن في تعقّد عملية الإتصال أو بساطتها.

ويمكن تبسيط عملية الإتصال الشخصي بالشكل التالي:

هناك عملية تتضمّن فعلا إتصاليا منفردا يقوم به شخص نحو آخر، وهكذا فإنّ الشخص (أ) إذا قال كلمة أو جملة أو عدّة جمل للشخص (ب) فإنّ هذا يعتبر فعلا إتصاليا، في هذه الحالة فإنّ الشخص (أ) يكون المرسل بينما الشخص (ب) المستقبل.

ومن أبسط النماذج التي قدّمها «شرام»[23] للإتصال الشخصي هو النموذج الذي يوضّح العلاقة بين المرسل والمستقبل حيث أنّ:

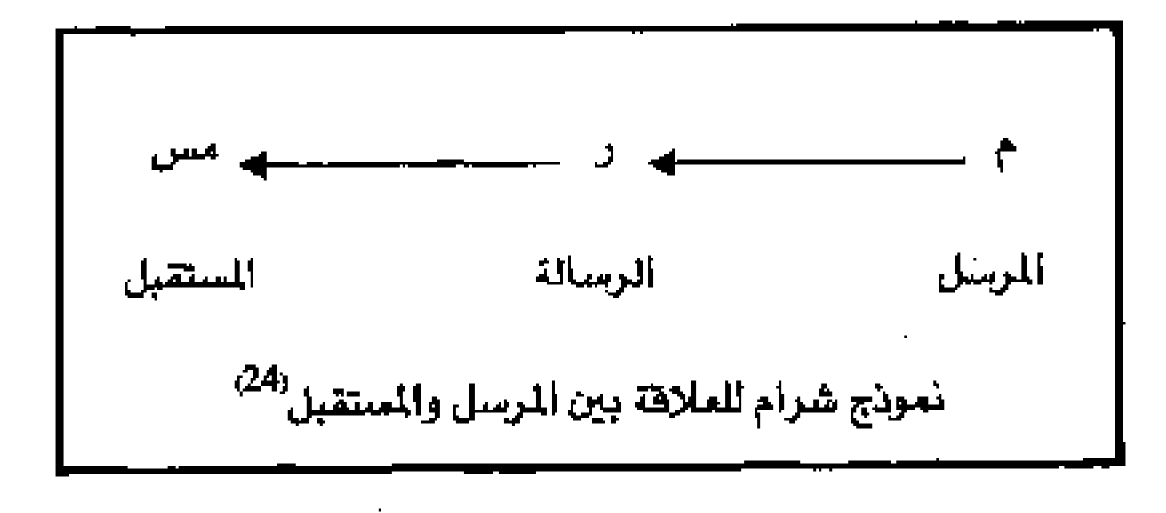
(م): المرسل

(ر): الرسالة

(مس): المستقبل

وهذا النموذج يشتمل على شكلين:

الأوّل وهو يتمثّل بسهمين متقابلين أفقيا كما في الشكل:

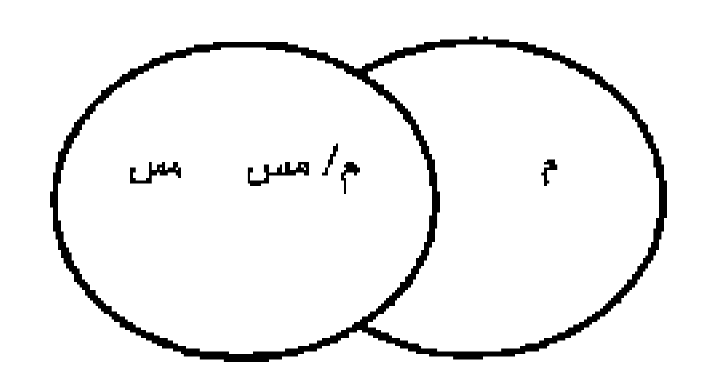


نموذج شرام للعلاقة بين المرسل والمستقبل[24]

شكل 1

يوضّح هذا النموذج كيف تتمّ العملية الإتصالية بين المرسل والمستقبل وهي علاقة تفاعلية كما سبق وأن ذكرنا.

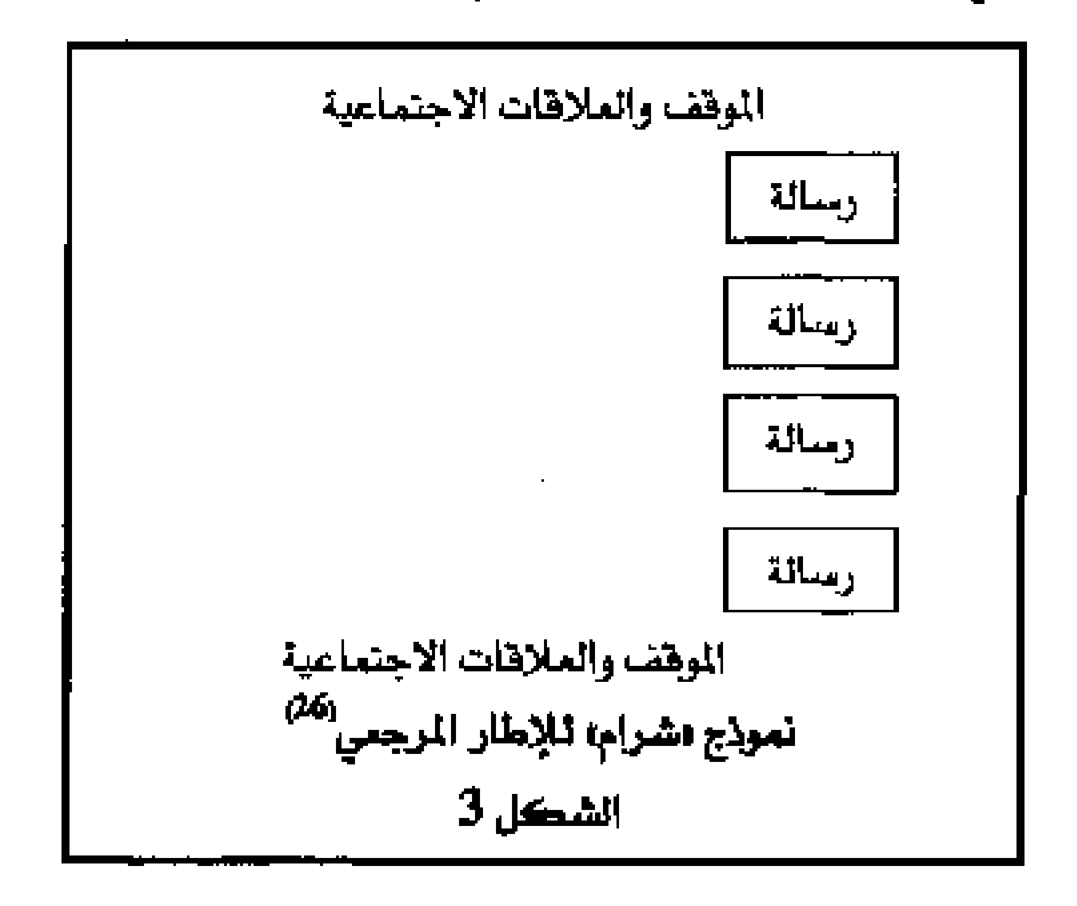
ولتوضيح هذه العلاقة الإتصالية فإنّ شرام يقدّم لنا نموذجا آخر يوضّح فيه التفاعل الذي يتمّ بين المرسل والمستقبل من خلال الخبرات المشتركة بينهما والتي تتمثل في المدى الذي تلتقي فيه الدائرتان كما يتضح من النموذج التالي:



شكل 2، نموذج «شرام» للخبرات المشتركة بين المرسل والمستقبل[25]

وتمثّل كلّ دائرة من هذه الدوائر الإطار المرجعي لكلّ من المرسل (م) والمستقبل (مس). والإطار المرجعي كما هو معروف هو العامل الحاسم في توصيل الرسالة وفهمها، وهو يمثّل في كلّ من المصدر العقلي، الإجتماعي والثقافي.

وفي نموذج ثالث يوضح لنا "شرام" كيف يختار الإنسان الرسالة المناسبة بناء على إطاره المرجعي كما يظهر في هذا النموذج:



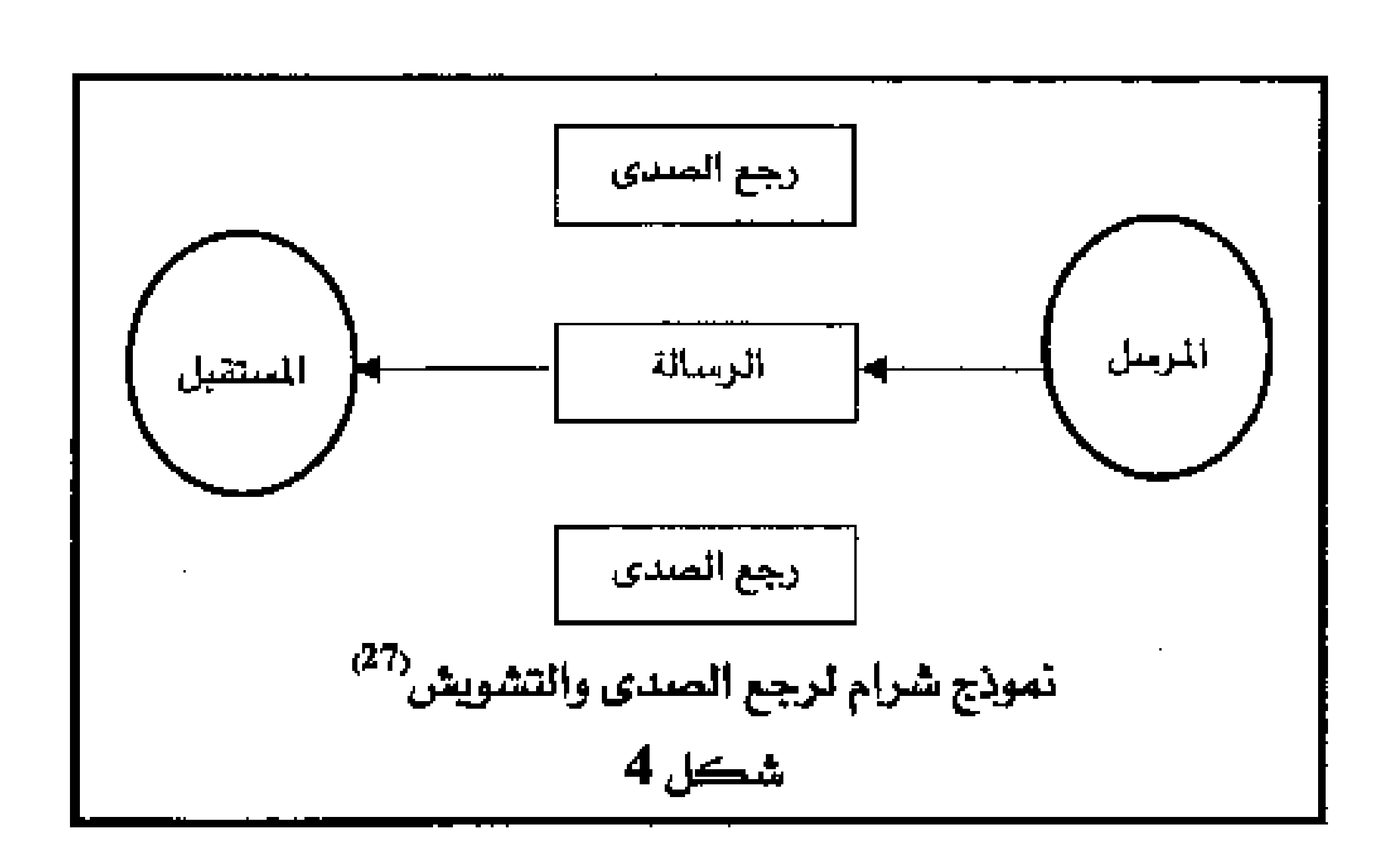
نموذج «شرام» للإطار المرجعي[26]

الشكل 3

وفي هـذا النمـوذج يظهـر لنـا أنّ للمرسـل إطـاره المرجعـي وللمـستقبل إطـاره المرجعي أيضا وكلاهما يرسلان ويلقيان الرسائل بناءا على أطرهمـا المرجعيـة وذلـك في سياق إجتماعي خاص بهما يحكمه الموقف الإتصالي والعلاقات الإجتماعية.

وآخـر نماذجـه للإتـصال الشخـصي الـتي يعرضـها نموذجـه الـذي يوّضـح لنـا الرجـع والتـشويش في عمليـة الإتـصال حيـث يظهـر في النمـوذج أنّ التـشويش يـتمّ في العملية الإتصالية لدى إنتقال الرسالة الى المستقبل، أو الرجع يعود الى المرسـل عـن طريقين:

1. **الطريق الأوّل:** الرجع المرتبط بالرسالة ذاتها مثل مـدى انتبـاه المتلقـي لها وإنـشغاله عنها.
2. **الطريق الثاني:** المـرتبط بـالمتلقي ذاتـه الـذي يقـوم بـالرجع، وهـذا النمـوذج يمـكـن رسمه كما يلي:



نموذج شرام لرجع الصدى والتشويش[27]

شكل 4

هوامش المبحث الثالث

(1) جيهان أحمد رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 93.

(2) محمد عبد الحميد: مرجع سبق ذكره، ص 34.

(3) Judith LAZAR op cit, p 51

(4) محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره ص 167، 169.

(5) ابن وهب: كتاب البرهان في وجوده البيان: إقتبس عنه دبدوي طبانة في كتاب: علم البيان: دراسة تاريخية في أصول البلاغة العربية، مرجع سبق ذكره، ص 23، 24.

(6) المرجع السابق، ص 24.

(7) أبي عثمان عمر بن بحر الجاحظ: مرجع سبق ذكره، ج1، ص 75

(8) يحي بن حمزة بن علي بن إبراهيم العلوي اليمني، كتاب الطراز المتضمّن أسرار البلاغة وعلوم حقائق الإعجاز (تهران: من منشورات مؤسسة النصر، بدون تاريخ) ج1، ص 122، 123.

(9) المرجع السابق، ص 123.

(10) جيهان أحمد رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 114 .

(11) المرجع السابق، ص 105.

(12) أنظر محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 35 وصالح خليل ابو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 13.

(13) فرج الكامل، مرجع سبق ذكره، ص 106.

(14) جلال عبد الوهاب، العلاقات الإنسانية والإعلام (كويت: منشورات ذات السلاسل، 1984) ص 50.

(15) محمد موفق الغلاييني، مرجع سبق ذكره، ص 109.

(16) محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 35.

(17) صالح خليل ابو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 40.

(18) جيهان أحمد رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 121.

(19) خيري خليل الجميلي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

(20) Judith LAZAR, op cit, p 53

(21) IBID, p 54

(22) صالح خليل ابو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 104- 107.

(23) الشكل 1 منقول من كتاب الإتصال الجماهيري لصالح خليل أبو أصبع، ص 104.

(24) الشكل 2 منقول من المرجع السابق، ص 104.

(25) الشكل 3 منقول من المرجع السابق، ص 105.

(26) الشكل 4 منقول من المرجع السابق، ص 107.

المبحث الرابع: الإتصال الجمعي والإتصال الخطابي

الإتصال الجمعي:

إذا كان الإتصال الشخصي هو ذلك الإتصال الذي يتمّ بين فرد وآخر خلال أيّة عملية من العمليات التي تتمّ في حياتنا اليوميّة داخل الأسرة أو بين الزملاء وبين الأصدقاء... إلخ فإنّ الإتصال الجمعي هو: «الذي يتمّ بين فرد وآخرين أو بين مجموعة من الأفراد قد لا يعرفون بعضهم أو تجمع بينهم خصائص أو سمات مشتركة ولكنهم يشتركون معا في الموقف الإتصالي ويلتقون مباشرة مع القائم بالإتصال»[1].

وهذا الشكل نجده في الخطب والندوات أو المحاضرات العامة على سبيل المثال.

ويذهب "فرج الكامل" الى وصف الإتصال الجمعي في المجتماعات البدائية التي لا تمتلك وسائل إتصال حديثة بإتصال توجد فيه مجموعة صغيرة من الناس في ساحة صغيرة نسبيا بحيث توجد الفرصة للتبادل الإتصالي (تبادل الرسائل) بين المصدر والمستقبلين[2].

والإتصال هو إذن ذلك الإتصال الذي يشمل جمهورا في حجمه أكبر من حجم الجماعة ونوعية جمهوره غير متجانسة كالذين يذهبون للإستماع الى خطاب في ندوة[3].

ويرى «صالح خليل أبو أصبع» في ذات السياق أنّ الإتصال الجمعي الذي يطلق عليه كذلك الإتصال العام Public communication هو الذي يدخل تحت باب الخطابة [4].

وحسب هذه النظرة فإنّ الإتصال الجمعي يكون بين قائم بالإتصال أي مرسل ومستقبلين أي جمع من الناس يتلقون خطب القائم بالإتصال في جوّ مفعم بالتفاعل.

ويرى «عبد الوهاب كحيل» أنّ الإتصال الجمعي شكل من أشكال الإتصال الأكثر إتساعا من الإتصال الشخصي، حيث هو عبارة عن قيام فرد

بالإتصال بمجموعة من الناس لإبلاغهم برسالة معينة أو شرح وجهة نظر معينة[5].

كما يذهب الى أنّ الإتصال الجمعي يختلف عن الإتصال الشخصي في أنّ عملية الإتصال التي تتمّ عن طريقه تنقل الرسالة إلى عدد أكبر من الجمهور المستقبل ممّا يجعل إنتقال الرسالة عن طريقه ذات فائدة أكبر وتأثير أكثر من الإتصال الشخصي.

وإذا كان الإتصال الجمعي يختلف عن الإتصال الشخصي والذاتي من حيث عدد المشاركين في عملية الإتصال فإنّه يعتمد عليهما أثناء عملية الإتصال الجمعي.

فالقائم بالإتصال يفكّر قبل أن يتحدّث، كما أنّ المستقبل يفكّر فيما يصل إليه من معلومات قبل أنّ يتأثر بها ويستجيب لها.

كما أنّ الإتصال الجمعي يستخدم الإتصال الشخصي من حيث الشكل العام للعملية الإتصالية.

ويتعلّق الإتصال الجمعي بالدرجة الأولى بالسياق الإجتماعي Social context الحادث في عملية الإتصال التي تتمّ بين المرسل والمستقبلين الذين يقومون بترجمة رموز الرسالة وتفسير الإشارة المنقولة[6].

ويعتمد السياق في الحديث الإتصالي على علاقة بين رسالة منقولة Encoding وفضّها وتفسيرها والكشف عن رموزها وترجمة شرفتها Decoding وهذا يتوقّف بالدرجة الأولى على اللغة التي لا بدّ وأن تكون معيارا مشتركا ووضعا قائما Code ينقل المعنى بين القائم بالإتصال ومستقبلي الرسالة، واللّغة في هذا الإطار منظومة إجتماعية لنقل المعاني بين الأفراد[7].

وعليه وإنطلاقا ممّا سبق فإنّ الإتصال الجمعي المقصود منه الخطابة والمؤتمرات والندوات أي "الأماكن التي يتجمّع فيها الناس يستمعون فيها إلى محدّث واحد أو عدد من محدثين"

وهذا الشكل الإتصالي يسمح للجماعة أن تتصل وتشارك وتتفاعل مع القائم بالإتصال فتناقشه وتجادله أو تخاصمه.

وهذا ما جعل هذا النوع من الإتصال يتطوّر ويرتقي عبد العصور.

فقد كانت الخطابة كشكل من أشكال هذا الإتصال من أقوى وسائل الدعوة والإتصال بالناس للتأثير في مشاعرهم ولإقناعهم بالأفكار الجديدة والعقائد الجديدة عن طريق التبادل اللفظي والحوار والمجادلة والتفاعل الذي يسمح بانتقال الأفكار.

عملية الإتصال الجمعي وبناء المجتمع:

يتحقق الإقناع في عملية الإتصال الجمعي حين تنجح أهداف الإتصال في سهولة وسيولة عن طريق نقل فكرة أو تقبّل معنى أو فهم مبدأ أو عقيدة، يمكن إستيعابها وهضمها حتى تتحوّل الى رأي مقنع أو مبدأ لا محيص عنه.

ومن هنا فإنّ القائم على الإتصال الجمعي، وفي دراستنا هذه، الخطيب القائم على الخطابة كوسيلة من وسائله الأساسية يحترز بالتخطيط والتصميم الجيّد لكيفية إستخدام هذه القناة للتوصّل الى توصيل المعلومة أو الفكرة حتى يتحقق الإقناع الكامل وذلك لإثارة الجهة الموجهة إليها الفكرة أو المعنى المرسل في باطنه الرسالة أو الخطبة.

وحين تثير الفكرة أو المعنى أو القصد المراد إيصاله إهتمام الجمع ترتيب وإحتياجاتهم فإنه هنا يتحقق هدف الإتصال وغايته.

وتعتمد عملية الإتصال الجمعي ليس فقط على قدرة المرسل ولكن كذلك على شخصية المستقبل وعلى طبيعة العلاقات القائمة بين جماعات الإستقبال ومستوياتها بالإضافة الى طبقاتها الفكرية.

وعملية الإتصال الجمعي في ذاتها هي عملية سوسيولوجية أو هي حركة ديناميكية كان لها الأثر الفعال في خدمة البناء الإجتماعي للمجتمعات القديمة التي لا تمتلك وسائل إتصال حديثة.

والهدف من تطوير الإتصال الجمعي في هذه المجتماعات هو تحديث المجتمع، لأنه قام بتحديد ورسم طرق وأساليب الحياة الإجتماعية، كما أنّه كشف عن أنماط سلوكية بعينها الواقعية تفصح عن طريقة أو حقيقة يعيشها الناس في مجتمعاتهم.

وهو بهذه الصفة الشكل الإتصالي الذي ساهم بشكل أساسي في تطوير الحياة في المجتمعات البدائية وذلك بمساهمته في توجيه الأفراد وتصحيح معتقداتهم وتغيير سلوكاتهم عن طريق الإتصال الخطابي.

الإتصال الخطابي:

الخطاب هو ذلك النظام الذي يعزّز سيرورة عملية الإتصال اللفظي بين الأفراد.

وقد اعتبر Charles P.Bouton أنّ الخطاب بناء وإنجاز وهو إنطلاقا من ذلك نتيجة للعمليات الكلامية[8].

وفي هذا السياق يرى Jean Dubois وفريقه أنّ الخطاب مرادف للكلام، وهم يعتبرون أنّه لغة الفرد الناطق [9].

أمّا الخطبة فقد عرّفت منذ القدم على إعتبار أنّها رسالة لها أوّل وآخر كما أنّها أعتبرت كلام منشور ومسّجع ونحوه.

ويلتقي الخطاب مع الخطبة على إعتبار أنّها إنجاز يقوم به الفرد بالإعتماد على الكلام وبإستخدام اللّغة كأداة للإتصال.

وتتميّز الخطبة عن الخطاب العادي بين الأفراد من جانب بإعتبارها أنها إسم للكلام الذي يتكلّم به الخطيب أمام جمع من الناس بطريقة إلقائية تشمل على الإقناع والإستمالة.

وإذا وضعنا الخطبة في الإطار الإتصالي القائم على الكلام نجد أنّها إنجاز يتّم بناؤه ضمن عملية يشترك فيها مرسل ومتلّقين (خطيب ومخاطبين) حيث يقوم الخطيب بإرسال أو إلقاء رسالته الخطابية أمام جمع من الأفراد المتلقين الذين يشتركون مع الخطيب في الموقف الإتصالي وفي اللّغة (وضع مشترك) وهذا ما يسهّل التفاهم والتبادل اللفظي الخطابي بين طرفي العملية التي ندعوها في هذه الدراسة عملية الإتصال الخطابي على إعتبار أنّها بناء يتضمّن جميع أجزاء عملية الإتصال من:

- مرسل (خطيب).

- رسالة (خطبة).
- وسيلة (وسيلة الإتصال الشفهية).
- الأثر.

ويرى «صالح خليل أبو أصبع» أنّ الخطابة نوع من أنواع الإتصال اللفظي أو إتصال الكلام Speech Communication. ويعتبر أنّه الإتصال الذي يتمّ عن هذا الأسلوب في توصيل الرسالة يستخدم الألفاظ المنطوقة والرموز الصوتية»[10].

وقد حدّد أبو أصبع في ذات السياق عدّة أنواع للإتصال اللفظي الذي اعتبره إتصالا مواجهيا وهذه الأنواع هي:

- الإتصال بين شخصين (الثنائي) Dyatic communication
- الإتصال داخل الجماعة Intragroup communication
- الإتصال بين الجماعات Intergroup communication
- الإتصال العام (الجمعي) Public communication

وهذا النوع الأخير هو الذي يدخل تحت باب الإتصال الخطابي.

فالإتصال الخطابي عملية بنائية تقوم ضمن سلوك تفاعلي[11] يجمع مرسل ومتلقين ضمن سياق إتصالي يشمل تعامل بواسطة الرسائل (الخطبة).

وفي ذات السياق وإذا تصفّحنا معاني الإتصال التي تركها الأوّلون في تضاعيف كتبهم نجد أنّ «ابن وهب» يرى أنّ بيان العبارة هو «النطق أو القول باللسان وهو الذي يشرّك المرء فيه مع غيره»[12].

فإذا حلّلنا هذا التعريف يمكن أن نستخرج منه نقطتين هامتين:

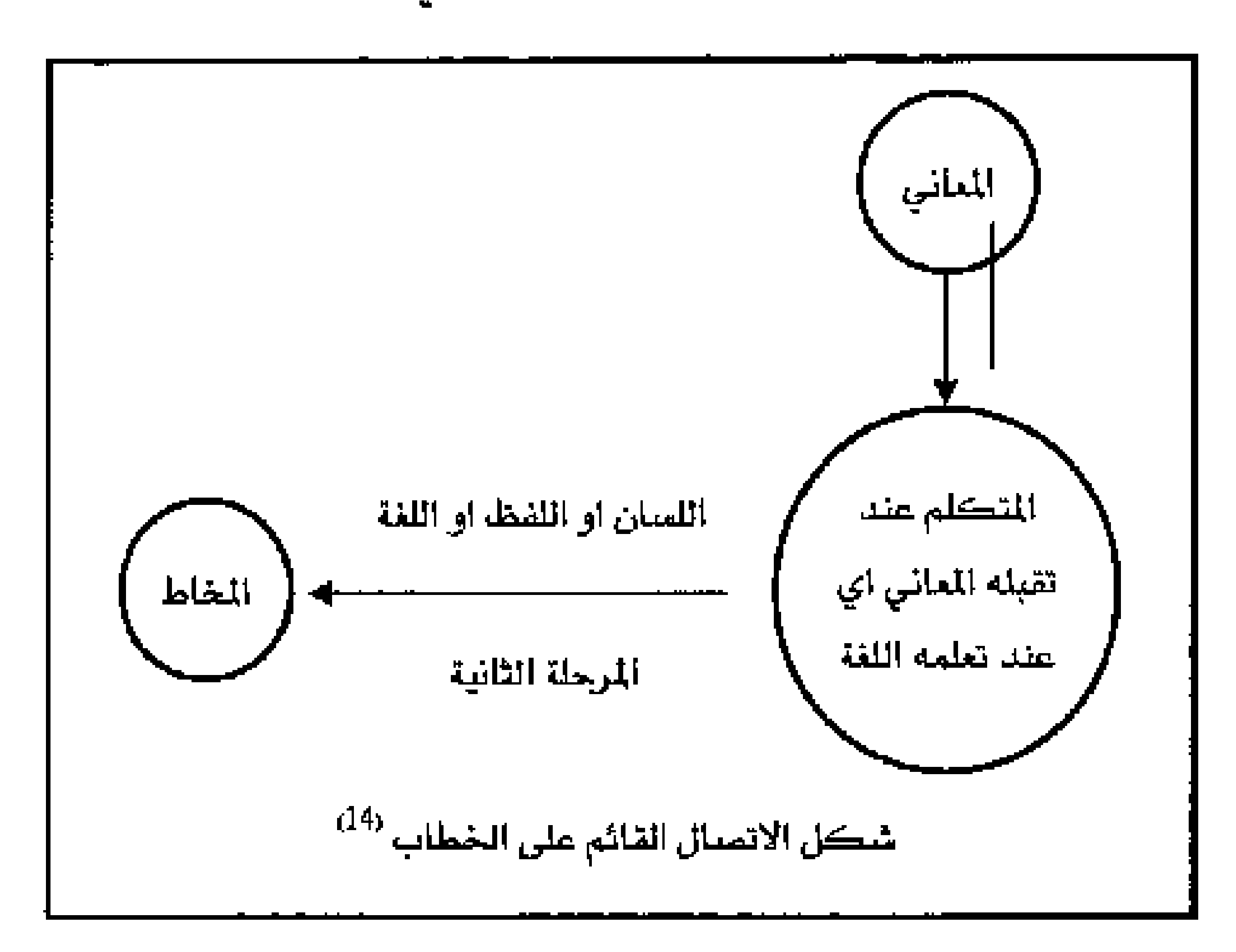
- النطق أو القول باللسان.
- الإشتراك والإشتراك مع الغير.

النقطة الأولى تدخل ضمن ما يعرف بالكلام الذي قد يكون خطبة أو غيرها ، فالنطق أو القول باللسان هو السبيل الأهمّ لإظهار المعاني الكامنة في ذوات الأفراد ، كما أنّه سبيل الخطباء لإلقاء خطبهم، أمّا مفهوم الإشتراك فهو الذي يوضّح لنا أنّ هناك عملية تحدث، يتمّ فيها تبادل العبارات، بما أنّ الأمر يتعلّق ببيان

العبارة، وهذا الإشتراك يكون بين المرء مع غيره، وهذا ما يحقّق في النهاية إتصالا خطابيا سواء بين فردين (إتصال شخصي) أو بين فرد وجماعة من الأفراد (إتصال جمعي) وهو ما يعرف بالخطابة.

ويتحدّث "الجاحظ" في البيان والتبيين عن عملية الكلام وإبلاغ الرسالة الكلامية التي يرى أنّها لا تختلف عن إبلاغ الرسالة الدينية وذلك لأنّ «الإنتقال من الميدان الديني الى ميدان الحياة اليومية لا يغيّر من العملية في شيء»[13].

فالمفهم والمتفهّم عند الجاحظ ليسا إلاّ المتكلّم والمخاطب حالة إرتباطهما بأسباب الكلام، والرسالة المبلّغة هي ما يريد المتكلّم إبلاغه المخاطب بواسطة الألفاظ، أعني اللّغة التي يفهمها كلّ منهما وهنا يحدث الإتصال اللفظي بين الأفراد وتكون حينئذ صورة المرحلتين هنا على الشكل التالي:



شكل الاتصال القائم على الخطاب [14]

تنتقل المعاني إلى الشخص المتكلّم في أوّل مرحلة ويحدث هذا الإنتقال في مرحلة التعلّم حيث يكتسب الفرد الرموز اللغوّية التي تساعده على التعبير والأداء الكلامي.

وفي مرحلة ثانية يقوم الفرد بالإتصال الكلامي بواسطة الألفاظ التي توّفرها

اللغة المستعملة كوضع مشترك بينه وبين الفرد المخاطب أو الأفراد المخاطبين.

وهكذا يتمّ إبلاغ الرسالة الكلامية بين الأفراد ضمن سياق إتصالي يعتمد على الخطاب.

ويرى "الجاحظ" أنّ اللفظ أو اللغة نظام يعزّز سيرورة عملية الإتصال فيقول أنّه (أي اللفظ) "يستعمل للقريب الحاضر والشاهد الراهن"[15].

ومن أجل أن يتمّ مثل هذا الإتصال القائم على الكلام يورد "الجاحظ" عدّة مطابقات نعتبرها مراحل لقيام الإتصال الخطابي بين الأفراد.

والمطابقة هي نظرية كاملة، الغرض منها إكتشاف المعاني والألفاظ اللائقة بالخطاب وتبليغها إلى المستمع مع إعتبار الظروف النفسية والإجتماعية المحيطة به، وهي حسب «محمد الصغير بناني»: «نظرية لتبليغ العلم إلى الآخرين لينتفعوا به في دينهم ودنياهم»[16].

وقد إستخدم "الجاحظ" مثل هذه المطابقات على كلّ من البيان والبلاغة والخطابة ويذكر أربع مطابقات:

1. مطابقة بين اللفظ والمعنى
2. مطابقة بين الكلمة والكلمة
3. مطابقة بين الكلام والمستمع
4. مطابقة بين الكلام والمستمع وبين مقتضى الحال

مما يمكن تمثيله كالآتي[17].

المطابقة الأولى:

في المطابقة الأولى يختار القائم بالإتصال أو الخطيب اللفظ المناسب أو المطابق للمعنى الذي يريد بثّه، ويرى "الجاحظ" في هذا السياق أنّ مطابقة المعنى على اللّفظ يجب أن تتّم بأمانة بدون تعريف ويقول في ذات السياق: «فإنّ حقّ المعنى الشريف اللفظ ومن حقّهما أن تصونهما عمّا يفسدهما ويهجنهما»[18].

غير أنّ اختيار المتكلّم أو الخطيب في هذه المرحلة، أي المطابقة بين اللّفظ والمعنى يتمّ في اتجاهين مختلفين.

الإتجاه الأوّل: الإنطلاق من اللفظ نحو المعنى أو طريقة الفصل: أي إطلاق لفظ وإرادة معنى أوسع منه، ويسمّى طريقة الفصل أو المثل أو الفتق، أعني طريقة المجاز في أوسع معاينة، بما في ذلك الكتابة والإستعارة وغيرها.

والحذق والرفق والتخلص قد تدلّنا على الكيفية التي تدرك بها المعاني في هذه الطريقة، فالخطيب أو المتكلّم يستعمل هنا التلطّف والحيل لإصابة المعاني، وهذا لا يكون إلاّ بإيجاز اللفظ وتقليله أو المجال، ثمّ أن هذا المتكلم لا تعنيه كلّ المعاني وإنّما أهمّها أو عيونها.

فطريقة الفصل إذن هي طريقة اختصار اللفظ لإدراك المعنى، والخطيب ينطلق من اللفظ، ولكن بما أنّ غايته الأخيرة هي المعنى فإن أحسن الوسائل لبلوغه هي أكثرها خفّة وإيجازا.

وطريقة الفصل هذه شبيهة إلى حدّ كبير بطريقة الإستقراء Induction المستعملة في المنطق فاللفظ شبيه في هذه الحالة بالجملة الصغيرة التي ينطلق منها الإدراك المعاني أو الجملة الكبيرة أي الإنطلاق من الخاص نحو العام.

وإذا كان الفصل شبيها بالإستقراء فإن الوصل شبيه بالإستنتاج أعني الإنطلاق من العام نحو الخاص ومن المعنى نحو اللفظ فتصبح الألفاظ هي المقصودة لذاتها.

الإتجاه الثاني: طريقة الوصل أو الإنطلاق من المعنى نحو اللفظ.

وتسمىّ طريقة الوصل أو الشاهد أو الرّتق أعني طريقة التعبير الصريح والتركيب اللفظي المعتمد على القوانين النحوية.

وطريقة الوصل حسب "الجاحظ" هي طريقة تستدعي ترقّب اللفظ وإستدعاؤه من بعيد ويسمي "الجاحظ" هذه الطريقة أحيانا تلخيص المعاني.

والمطابقة هنا تكون:

إمّا بالتوازي بين اللفظ والمعنى وفقا لهذا الشكل، وهذا هو مذهب أهل البلاغة والإقتصاد في الكلام.

المعنى	☐	☐	☐	☐
اللفظ	☐	☐	☐	☐

وإمّا بتغليب اللفظ على المعنى وهذا مذهب أهل الصنعة والتكلّف كالشعراء.

المعنى

اللفظ

هذه هي المطابقة بين اللفظ والمعنى كما وصفها «الجاحظ».

المطابقة الثانية:

هي المطابقة التي تتمّ بين الكلمة والكلمة داخل الجملة أو التركيب الملفوظ، وليس المقصود بهذه المطابقة التأليف الصوتي بين الكلمات فحسب بل التأليف المعنوي أيضا وذلك لأنّ ترتيب الكلمات لابّد وأن يكون فيه تناغما بعيدا عن التنافر الذي يؤدي إلى استكراه ما يقال من جانب المستمع.

والمطابقة في هذا المستوى –مستوى إسناد الكلمة الى أختها وتعليقها بما تجاورها من الكلمات في نسق التأليف– تنتهي في مرحلتين:

1. **مرحلة المطابقة النحوية:** وهذه لا تستلزم أكثر من مجرد التأليف بين الكلمات تأليفا يتماشى ومجاري كلام العرب أي تطبيق قواعد اللغة العربية، كذلك تحقيق علامات الإعراب.
2. **مرحلة المطابقة البلاغية:** هذه المطابقة تلاحظ في خواص التراكيب عند أرباب البلاغة ومن تقدّموا في فنون الكلام ولطائفه ولذلك عرفت البلاغة عندهم بأنّها «معرفة الفصل من الوصل»[19] لأنّ كيفيّات نظم الكلام وتأليف أجزائه تختلف من بليغ الى آخر وتتفاوت حسنا وبيانا.

المطابقة الثالثة:

فتتمثّل في المطابقة بين الكلام والمستمع وهي التي يهدف المتكلّم بها إلى التوفيق بين كلامه من جهة والمستمع من جهة أخرى.

ويرى «الجاحظ» أنّه على المتكلّم أن يعرف أقدار المعاني ويوازن بينها وبين أقدار المستمعين وذلك حتى يتسنى للمستمع الإنتفاع بما يقوله المخاطب من جهة وحتى يبلغ المخاطب غايته التي يجري إليها.

والكلام في الحقيقة قضيّة مشتركة بين المتكلّم والمستمع ويرى الجاحظ أنّ المستمع يسهم هو الآخر في إنجاز هذه العملية وذلك بإستعداده لتقبل الخطاب.

يقول «الجاحظ»: «فإذا لم يكن المستمع أحرص على الإستماع من القائل على القول لم يبلغ القائل في منطقه وكان النقصان الداخل على قوله بمقدار الخلّة بالإستماع منه»[20].

المطابقة الرابعة:

تتمثل في الظروف والملابسات التي يجري فيها الخطاب والتي يسمّيها «الجاحظ» الحال أو المقام وسمّاها البلاغيّون فيما بعد مقتضى الحال وهي المطابقة بين الأصناف الثلاثة الأولى (أعلى اللفظ والمعنى – والكلمة والكلمة، والكلام والمستمع) وبين الظروف الخاصة لكل خطاب والتي تتجدّد في كلّ لحظة.

وقد تعرّض لها الجاحظ في مواضع مختلفة أكّد فيها على ضرورة موافقة الحال وما يجب لكلّ مقام، والموازنة بين أقدار المستمعين وبين أقدار الحالات.

وحثّ الجاحظ على هذا النوع من المطابقة جعله يحسّ إحساسا شديدا بخضوع الكلام واللغة بصفة عامة إلى التي يعيشها المتكلّم والمخاطب ولذلك نجده يردّد هذه العبارات في كتابه: «الناس بأزماتهم أشبه منهم بآبائهم»[21] وهذا القول على جانب كبير من الأهمية لأنّه يعلّق مصير خطاب بالظروف التي تحيط بها.

إنّ هذه المطابقات الأربع والتي وصفناها حتى الآن توجد في الحقيقة في كلّ كلام وهي ضرورية بالنسبة لكلّ متكلّم وسامع خصوصا إذا تعلّق الأمر بالخطابة.

وهذا الصنف من الإتصال الذي تحدّث عنه «الجاحظ» بإختلاف مسمياته (بيان، بلاغة، خطابة) هو الذي يعبّر بوضوح عن عملية الإتصال الخطابي التي نحن بصدد دراستها.

ويرى «محمد الصغير بناني» أنّ نموذج "الجاحظ" هذا يلتقي في نقاط كثيرة مع ما طرحه الكاتب الروسي «رومان جاكبسون» R.JACOBSON في كتابه «رسائل في اللسانيات العامة»[22].

وفي هذا الإطار وإذا تفحّصنا ما كتبه "جاكبسون" نجد أنّه يرى أنّه في

كلّ عملية تبليغ لفظية هناك مخاطب يرسل خطابا الى مخاطب، ولكي يكون هذا الخطاب فعاليا، لابد أن يكون محالا على سياق يسميه "جاكبسون" مرجعا، وهذا السياق يجب أن يكون مدركا من المخاطب ويكون إمّا لفظيا أو قابلا للصياغة اللفظيّة، ثمّ أنّ الخطاب يقتضي حسب "جاكبسون" وجود قانون أو وضع (Code) يتفق عليه إتفاقا كلّيا أو جزئيا كلّ من واضع المصطلح ومفسّره وأخيرا يقتضي الخطاب وجود إتصال يتمثّل في قناة طبيعية وارتباط نفسي بين المرسل والمرسل إليه، هذا لإتصال الذي يسمح ببثّ الخطاب وإبقائه متواصلا[23].

وهذه العوامل التي لا يمكن بحال تعويضها بغيرها، يمكن تجديدها شكليا وفق هذا النموذج:

السياق

المتكلم .... الخطاب .... المخاطب

الاتصال

الوضع

شكل عملية الإتصال الخطابي [24]

و«الجاحظ» ينظر الى عملية إبلاغ الرسالة الدينية تقريبا على هذا الشكل الذي يقوم عليه نموذج "جاكسون" الذي يعتبر هو الآخر نموذجا لعملية الإتصال الخطابي أكثر من كونه نموذجا لعملية كلام بحتة.

وهو الرأي الذي نجده عند J.Cosnier الذي يرى أنّ «جاكسون»: "قدّم نموذجا مهمّا لابدّ من وضعه منذ الآن فصاعدا مع نماذج الإتصال، فهو عام لدرجة أنّه يمكن تطبيقه على عملية الإتصال أكثر من الكلام"[25].

أمّا Jean Michel ADAM و Jean Pierre Goldestein في كتابهما Linguistique et discours littéraire :Théories et pratiques des textes[26] فقد أفردا فصلا كاملا يتحدثان فيه عن الإتصال اللفظي الخطابي، الذي كانت فيه السيادة في التحليل لنموذج "جاكبسون".

وقد حدّد «جاكبسون» لنموذجه عن الإتصال الخطابي ستّة وظائف مختلفة وقد إعتبر في نموذجه هذا أنّه من النادر أن يتضمّن أي آراء كلامي وظيفة واحدة، كما إعتبر أنّ إختلاف الكلام إنّما ينتج عن توزيع المتكلم لهذه الوظائف داخل خطابه لا عن إستئثار وظيفة دون غيرها بالسياق[27].

فالبنية اللفظية لكلّ خطاب رهينة قبل كلّ شيء للوظيفة السائدة عن الوظائف الأخرى.

والوظيفة المرجعية Fonction référentielle هي عادة ما تكون الوظيفة السائدة المسيطرة في الخطاب، على إعتبار أنّها الغاية الأولى في كلّ كلام ولكن هذا لا ينفي مساهمة الوظائف الأخرى في التأدية الكلامية[28].

والوظيفة المرجعية هي الوظيفة التوصيل أو الإخبار أعني التي يسعى فيها المتكلّم إلى إبلاغ المخاطب خبرا ما وإرجاعه إليه ويطلق عليها جاكبسون أسماء أخرى Dénotative (إظهارية)، Cognitive (معرفية) وهي الوظيفة التي يقوم من المتكلّم من خلالها ببناء وصفي يبني من خلاله سياقه الكلامي أو خطابه[29].

أمّا الوظيفة التعبيرية أو الإنفعالية Fonction expressive ou émotive فهي التي توّجه الكلام وتصبّه على المتكلّم نفسه.

وتتمثّل غاية هذه الوظيفة في التعبير عن موقف المتكلّم من الموضوع الذي يتكلّم عنه[30].

فهي تهدف إلى إطلاع المخاطب على إنطباعات المتكلّم وشعوره تجاه ما يتكلّم عنه سواء كان ذلك منه حقيقة أم تمويها، وذلك عن طريق أدائه الصوتي، نبراته، تعجّبه...إلخ فالمتكلّم يتدخّل في مضمون الخطاب من خلال إنطباعاته "وهو بذلك يحتل مكانة بالنسبة لمحتوى خطابه"[31].

وهناك الوظيفة الإنشائية Fonction conative للخطاب من خلال هذه الوظيفة قيمة براغماتية موّجهة لمخاطب، تتجلّى في صيغتي المنادى والأمر.

ويتجلّى هدف صيغة الأمر في الإقناع قصد الحصول على نتيجة، ويعني ذلك أنّ إسخدام هذه الصيغة في الوظيفة الإنشائية هو بهدف التأثير على المتلّقي وهذا ما

دفع J.Pinchon et R.L.Wagner الى القول بنفعية وبراغماتية هذه الصيغة التي يحاول المتكلّم من خلالها توصيل سلوك عيّن إليه (32)

والصيغة الإنشائية بهذه الصفة تحمل توجّه إجتماعي (علاقة مع الغير) فمحاولة الإقناع التي نجدها في صيغة الأمر تعني محاولة المتكلّم إحداث إنفعال ما لدى المتلقي.

وهذا الإنفعال سواء كان إيجابيا أو سلبيا فهو يمثّل ردّ فعل المتلقي تجاه المرسل.

وهكذا فإنّ الصيغة الإنشائية في الخطاب والتي يتدخّل فيها المتكلّم بصفة كبيرة تلعب دورا أساسيا وفعّالا في تحفيز المتلقي على إحداث ديناميكية ما تجعله نشاطا تجاه ما يتلقاه من الرسائل.

أمّا وظيفة الإتصال (الإفهامية) Fonction phatique فهي اتي تهدف الى الحفاظ على تواصل فيما بين المتخاطبين ومرقبة فعاليته، بالإضافة الى المحافظة فيما بين المتخاطبين ومرقبة فعاليته، بالإضافة الى المحافظة على إنتباه المتلقي وذلك عن طريق بعض التعبيرات كقول المتكلّم في الهاتف "ألو هل تسمعني" أو " ألو أنا لا أتابع" وغير ذلك من العبارات التي يقصد بها التثبّت من مواصلة الإتصال بين المتخاطبين[33].

ويرى "مالينوفسكي" في هذا الإطار أنّ الخطاب لا يحمل وظيفة إخبارية فقط فهو ليس وسيلة لتوصيل محتوى ما فحسب ويرى إنطلاقا من هذا أنّه خلف وظيفة الإتصال هذه توجد وظيفة أخرى "تسمح بالتعبير عن العلاقات الإجتماعية والشخصية وهي تتضمّن إنصهار المتكلّم في الوضعية التي تجمعه بالمتلقي بالإضافة إلى إضفاءه بعض انطباعاته الشخصية على الخطاب (النبرة، الأداء، التعّجب...).

وبالتالي تصير هذه الوظيفة حسب «مالينوفسكي» وظيفة العلاقة الإجتماعية أو العلاقات الشخصية التي تربط المتكلّم بالمتلقي[34].

إنّ مثل هذه الملاحظة التي تنسحب على الوظائف السالفة الذكر تكشف أنّ للخطاب عدّة معاني إجتماعية محمولة عبر هذه الوظائف ويرى Jean Michel

ADAM في هذا الإطار أنّ وظيفة الخطاب السابقة مرتبطة إرتباطا وثيقا بالمعطيات السوسيوثقافية[35].

وهذا يعني أنّ هذه الوظائف لا تحمل دوراً إخبارياً أو إعلامياً فقط فهي تسمح بربط علاقة إجتماعية بين المتخاطبين والخطاب من خلال السياق الإتصالي الذي يربط الطرفين والذي يلعب فيه الخطاب دورا هاما وبارزا.

الوظيفة ما بعد اللسانية Fonction Métalinguistique

يرى "جاكسيون" أنّنا نمارس هذه الوظيفة يوميا بدون أن ننتبه للطابع ما بعد اللساني لعملياتنا الكلامية. وهذه الوظيفة مرتبطة بسابقتها (وظيفة الإتصال)

وهي التي تسمح للمتكلم والمخاطب من التثبّت من الكلام الذي يجري بينهما فعبارة مثل: "أعني بهذا" أو "هل تفهم كما أقول" أو قول المخاطب للمتكلّم:"ما تعني بهذا؟" هو إخراج للكلام عن وظيفته الإخبارية إلى وظيفة إستثنائية طارئة في السياق تركز حول الوضع "Le code" والمفردات "le lexique".

وأخيرا الوظيفة الشعرية Fonction poétique وهي التي يصبّ فيها الكلام على الخطاب نفسه ولإبعاد كلّ سوء تفاهم حول هذه الوظيفة يرى J.M.ADAM [36] أنّ مفهوم الوظيفة الشعرية ليس محدود "بقول الشعر" La poésie ممّا دفع ببعض المنظرين الى الحديث عن الوظيفة البلاغية Fonction Rhétorique أو الوظيفة النصية Fonction textuelle.

وتكون الكلمات أو الجمل الملفوظة في هذه الوظيفة هي مدار الخطاب لأنّها تستأثر بإهتمام المتخاطبين. فالغاية من قول الشعر ليست الأخبار التي يحملها هذا الشعر بقدر ما هي الكيفية المختارة لتأدية هذه الأخبار.

وهذه الوظيفة تجعل من الكلام نصّاً منسجماً ومرتبطاً بمحتوى إستعماله[38].

والآن وبعد هذا الوصف للوظائف الستّ التي يقوم عليها الإتصال الخطابي يمكننا تمثيلها بهذا الشكل:

Fonction référentielle
(الوظيفة المرجعية)
مرتبطة بالسياق ترتكز
حول ما يقوله المتحدث للآخرين

السياق، المرجع

Fonction poétique | Fonction conative

Fonction
expressive ou émotive

(الوظيفة الإنشائية) | (الوظيفة الشعرية) | (الوظيفة الإنفعالية)

ترتكز حول الآخر | ترتكز حول بنية الخطاب | ترتكز حول
الموّجه إليه الخطاب

المستقبل Récepteur | الرسالة Message | المتحدّث Emetteur

Fonction phatique
(الوظيفة الإتصالية الإنتباهية)
الحفاظ على التواصل
الوسيلة canal

Fonction métalinguistique
(الوظيفة ما بعد اللّسانية)
تركز حول (Code) الكود أو
الوضع، الرمز

وظائف الخطاب القائم في عملية الاتصال الخطابي(39)

من خلال هذا المخطط المقدّم من طرف "جاكبسون" يتضّح لنا أنّه قدّم لنا إسهاما بالغا في تحليل عناصر العملية الإتصالية القائمة على الخطابة أو الخطاب اللفظي.

وبخاصة ما يتعلّق بعنصري السياق والكود بيّن لنا أهمية هذين العنصرين

في استمرار العملية الإتصالية مع تركيزه على الرسالة.

فالرسالة حسب "جاكبسون" هي التي تشكل عمود التواصل بل يعتبرها موضوع العملية الإتصالية في حدّ ذاتها، هذا وإن كان النموذج المقدّم من طرف «جاكبسون» ذو صبغة لسانية بحتة إذ يضع في إعتبار اللّغة ليس وسيلة إتصال فحسب بل المؤسّسة للعملية الإتصالية، رغم أنّنا نعلم أنّ هناك وسائل أخرى يمكن أن يحدث بواسطتها إشتراكا في الإتصال وهي الإيماءات، الإشارات...إلخ أو ما يسمّى بالإتصال غير اللفظي.

هوامش المبحث الرابع

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 35.

(2) فرج الكامل، مرجع سبق ذكره، ص 106.

(3) صالح خليل أبو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 39.

(4) المرجع السابق، ص 40.

(5) عبد الوهاب كحيل، الجوانب الإعلامية في حياة الرسول عليه الصلاة والسلام: مرحلة الإعداد والممارسة العامة في مكة (دار الهداية للطباعة والنشر والتوزيع، 1987) ص 286.

(6) قباري محمد إسماعيل، علم الإجتماع الجماهيري وبناء الإتصال: دراسة في الإعلام وإتجاهات الرأي العام (كتب علم الإجتماع، بدون تاريخ) ص 366

(7) المرجع السابق، ص 367

(8) Charles P.Bouton, op cit. p 153.

(9) Jean Dubois et Groupe U, op cit, p 07

◆ إنظر تعاريف الخطبة في الفصل الأوّل لهذه الدراسة

(10) صالح خليل أبو أصبع: مرجع سبق ذكره، ص 40

(11) علم الإتصال المعاصر: دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، ط2 (السعودية، مكتبة العبيكان، 1997) ص 62

(12) د. بدوي طبانة، اقتباس من كتاب ابن وهب، مرجع سبق ذكره، ص 23- 24

(13) محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص 72

(14) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ج 1، ص 80

(15) محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص 159

(16) شكل منقول عن كتاب النظريات اللسانية والبلاغية والأدبية عند الجاحظ من

خلال البيان والتبيين لمحمد الصغير بناني، ص 161

❖ تجد هذه المطابقات في المرجع السابق

(17) ينسب هذا الكلام لبشر بن المعتمر في صحيفته وقد وردت هذه الصحيفة في عيون الأخبار مختصرة المجلد الثاني ص 173، وفي كتاب الصناعتين ص 19، ونقلناها هنا عن البيان والتبيين، ج1، ص 136

(18) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ج1، ص 88

(19) المرجع السابق، ج2، ص 315

(20) المرجع السابق، ج2، ص 23

(21) محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص 68، 69

(22) Roman Jakobson: essais de linguistique générale: les fondations du langage (traduit de l'anglais et préface de Nicolas Ruet; les éditions de minuit, 1963) p 213, 214

(23) شكل منقول من المرجع السابق، ص 214

(24) J-Cosnier et autres: les voies du langage communications verbales, gestueles et animales. (préface de Didier Anzieu, Bordas, Paris, 1982) p 05

(25) Jean Pierre GOLDENSTEIN et Jean Michel ADAM: linguistique et discours littéraire, théorie et pratiques des textes (Larousse université, Collection « L », dirigée par Jacques DEMONGUI)

(26) Roman JAKOBSON, opcit, p 214

(27) IBID, p 214

(28) Jean Pierre GOLDENSTEIN et J.M ADAM, op cit, p 262

(29) IBID, p 263

(30) IBID, p 264

(31) JAKOBSON, opcit, p 217

(32) Jean Pierre GOLDENSTEIN et J.M ADAM, op cit, p 217

(33) IBID, p 218

(34) JAKOBSON, op cit, p 217

(35) Jean Pierre GOLDENSTEIN et J.M ADAM, op cit, p 277

(36) IBID, p 278, 279

(39) شكل منقول عن كتاب

Jean Pierre GOLDENSTEIN et J.M ADAM: linguistique et discours littéraire: théories et pratiques des textes; op cit p 261

الفصل الثالث

الاتصال الخطابي واستراتيجيات الاقناع

المبحث الأول: عناصر الإتصال الخطابي واستراتيجيات الإقناع

من خلال عقدنا لعلاقة بين الخطابة القديمة والإتصال الحديث توصلنا في الفصول السابقة إلى وجود عدّة خصائص تربط بين هذين العلمين، فهناك عدّة أشكال خطابية على غرار أشكال الإتصال تستهدف كلها الإعلام، الشرح، التفيير وتقديم المعلومات، كما أنّها تستهدف الإقناع والتأثير في سلوكات الجمهور.

فإذا كان ظهور الديمقراطية في أثينا الذي صاحبه تنافس الأفراد وتنازع الأحزاب على المصالح وكثرة النقاش أمام المحاكم مع شيوع الجدل السياسي والقضائي هو الذي سمح بنشأة الخطابة وتعلّم أساليب التأثير والإقناع فيها، فإن عصرنا اليوم حسب Michel Meye [1] هو أيضا عصر الخطابة فانهيار بعض الإيديولوجيات وظهور الديمقراطية الحديثة مع التطوّر التكنولوجي العلمي اليوم المصاحب للحداثة يجعلنا نعيش في حقيقة خطابية.

فمحتويات وسائل الإعلام، والرسائل الإشهارية وخطب رجال السياسة، والدعاية السياسية، حتى الأفراد في علاقاتهم مع بعضهم البعض الكلّ يحاول إقناع الطرف الآخر والتأثير فيه.

وإذا كان Michel Meyer يرى أنّ هذه المجالات المعرفية التي برزت مع التطوّر العلمي والحداثة تدخل ضمن ما يعرف بالحقيقة الخطابية فإن منظري الإتصال اليوم كـ Mc Guire و Dennis Lindon و dennis Huisman ...إلخ[2] يطلقون على هذه الأشكال الإتصالية الحديثة الإتصال الإقناعي الذي يعتبر عملية قصدية تستهدف التأثير في سلوكات أو أفكار شخص أو جماعة معينة وهذا الطرح السابق يقودنا إلى القول أنّ هناك علاقة بين الخطابة والإتصال الإقناعي.

ونحن من خلال هذه العلاقة ووفق ما تتطلبه دراستنا هذه، سوف نركّز على الأشكال الخطابية التي أطلق عليها البلاغيون القدامى تسمية الإقناع الخطابي[3] المنحدر من الخطابة القديمة من جهة، ومن جهة ثانية سوف نعتمد على

عناصر عملية الإتصال الإقناعي على إعتبار أنّها تمثّل الخطابة الحديثة حسب تعبير Michel Meyer ومن خلال هذا التركيب بين ماضي الإتصال وحاضره سوف تقييم صرح (الإتصال الخطابي) الذي يسعى إلى تغيير الآراء وحملها إلى مرحلة الفعل واتخاذ القرارات.

وفي هذا الفصل سنتحدّث عن الإقناع الخطابي وعلاقته بالتأثير والإقناع أي سندرس كيف تقوم كل من: الرسالة اللغويّة المتمثلة في الخطبة، والخطيب، والمشافهة في الإتصال، بالتأثير في الأفراد المتلقين.

ولقد نظر أرسطو إلى وسائل تغيير المرافق والإتجاهات في حديثه عن عناصر بناء الخطاب.

حيث إعتبر أن الإقناع لا يتأتى من الرسالة فحسب، فثمّة عناصر أخرى نجدها عند كل من الخطيب والمستمع، لذلك نجد أنّ كتابة الخطابة تقسّم إلى ثلاثة[4].

فالكتاب الأوّل من الخطابة هو كتاب مرسل الرسالة أي كتاب الخطيب عالج فيه خاصة مفهوم البراهين بحسب تعلّقها بالخطيب ومدى إنسجامه مع الجمهور.

والكتاب الثاني هو كتاب متلقي الرسالة كتاب الجمهور عالج فيه عدداً من الإنفعالات والأهواء وكذا بعض البراهين غير أنّ هذه المرّة بحسب تلقيها (وليس بحسب تصورّها كما سلف).

والكتاب الثالث هو كتاب الرسالة نفسها وعالج فيه الأسلوب LEXIS أو البيان L'élocution أي الصور البلاغيّة وتنظيم أجزاء القول TAXIS.

وفي هذا الصدد يقول أرسطو "إنّ اللاتي ينبغي أن يكون القول فيهنّ على مجرى الصناعة ثلاث: (إحداهن) الإخبار من أي شيء تكون التصديقات أي البراهين و(الثانية) ذكر اللاتي تستعمل في الألفاظ و(الثالثة) أن كيف ينبغي أن تنظم أو تنسق أجزاء القول[5].

فيرى أرسطو أن الخطابة تبدأ من هنا أي من تحديد مداخل الإقناع فيها،

المتمثلة في البراهين والتي يسميها التصديقات Les Inventions والتي نجدها أيضا تحت إسم الإيجاد والتي تعني إعمال الفكر لإستقباط الوسائل التي من شأنها إقناع السامع وإجتذابه، أما ثاني العناصر التي يذكرها أرسطو في تعريفه هي تتعلق بكيفية التعبير أي الأسلوب والبناء اللغوي، وثالث هذه العناصر فيطلق عليها أرسطو التنسيق والتي نجدها تحت إسم ترتيب أجزاء القول.

وبما أننا بصدد دراسة كيفية تغيير مواقف الأفراد في مجتمع صدر الإسلام أي المجتمع الذي عاش فيه الرسول عليه الصلاة والسلام لابد وأن ننوّه بأنّ هذه العناصر لا يختص بها الخطاب عند اليونان واللاتين دون العرب ولا القديم دون الحديث، وإنّما الإختلاف في العنصر المهيمن فيها من حضارة لأخرى، فربما كان للمنطق الأولويّة عند اليونان فكان الإهتمام بالحجة (هذا إلى جانب العلاقات الديمقراطية) في حين نجد الشعر هو الطّاغي عند العرب فكان للأسلوب والعبارة الصدارة في العصر الجاهلي لينتقل الإهتمام إلى الخطابة مرّة أخرى في صدر الإسلام ببساطة الأسلوب ووضوح العبارة وجدّة الموضوعات، فإختلاف الموضوعات والمخاطبين له دور أساسي في تقديم وسيلة وتأخير أخرى.

وبهذا الفهم تعامل أرسطو مع أنواع الخطابة المختلفة فالخطابة القضائية من حيث البراهين تختلف عن الخطابة الوعظية في التأثير في الأفراد وهكذا.

ونحن من خلال دراستنا هذه سوف نسترشد بالهيكل العام لبلاغة الخطاب عند أرسطو لشموليته، كما أننا نعود دائما إلى بلاغيينا العرب فنحاول أن نوظّف ماتركوه لنا من مفاهيم ومصطلحات رابطين كل هذا بنظريات الإتصال الحديثة التي نجعلها رابطا بين القديم والحديث.

فالبلاغيون القدامى مثلا وإن لم يهتموا كثيرا بالدراسة النفسية للمرسل والمتلقي كما هو الحال بالنسبة لدراسات علم النفس الإجتماعي اليوم فقد حاولنا أن نستخرج بعض المفاهيم والمصطلحات التي تشير إلى هذه الجوانب الهامة في الإتصال كعملية مثل: مراعاة مقتضى الحال أو مراعاة المقام عند الجاحظ، بالإضافة إلى ملاحظات كثيرة فيما ينبغي للخطيب أن يقوم به وأن يراعيه وهي ملاحظات تنطبق

حقا على مواصفات المصدر التي وضعها منظري الإتصال في العصر الحديث.

وعليه وإنطلاقا ممّا سبق سوف نركّز إهتمامنا على العمليات التي تؤدي إلى إحداث تغيير في المواقف ثم نقارن بين ثلاثة إتجاهات أساسية تعرّفنا على هذا النوع من التغيير.

- **الإتجاه الأول:** صادر عن الفكر السلوكي أي تأثير العالم الخارجي على مواقفنا مثل (الخصائص الفيزيائية والشخصية للفرد الذي يحاول إقناع الطرف الأخر).
- **الإتجاه الثاني:** يركّز على العمليات العقلية التي تؤثر على تغيير المواقف.
- **الإتجاه الثالث:** صادر عن الفكر البلاغي القديم والذي يدمج بين الإتجاهين السابقين، ويحاول هذا الإتجاه الكشف عن الجوانب الإقناعية في عملية الإتصال الخطابي بالتركيز كثيرا على بنية الخطاب الإقناعي على إعتبار أنّ الرسالة هي أهم عنصر في الإتصال الخطابي.

ويرى هذا الإتجاه أنّ العاطفة والعقل لهما تأثير كبير في هذا المجال.

إنّ السؤال الذي لابد وأن يطرح عندما يكون شخص ما بصدد إقناع آخر هو ذات السؤال الذي طرحه J-kenneth في كتابه psychologie sociale[6].

بماذا نبدأ عمليتنا ؟

الجواب عن هذا السؤال سوف يكون حتما كالأتي: العمل بالفكرة التي ترى أنّ إحداث التغيير يكون عن طريق الإتصال.

وإذا كانت الخطابة جانباً من الإتصال الإجتماعي حسب دنكن[7] الذي عتبرها أهمّ جانب ثم يطرح كإشكال في الدراسات التقليدية والمعاصرة.

فالإتصال الخطابي ركيزة من بين ركائز الإتصال الإجتماعي بين الأفراد وقد كان أهم مظهر للإتصال في العهد اليوناني وبعض العصور التي تلته كما كان الوسيلة الأنجع لإحداث معظم التغييرات التي حبذّها الحكّام.

وعلى إعتبار أنّ الإتصال الخطابي هو إتصال إجتماعي فإنّ الخطوة الأولى التي تقوم بها أولا هي:

1. تحديد عناصر عملية الإتصال المؤهلّة لتغيير المواقف، كأن نطرح السؤال التالي:

- ماهو الشيء الذي يحدث التغيير ضمن الإتصال نفسه ؟

وهذا النوع من الأسئلة التي تحدّد عناصر عملية الإتصال الخطابي كانت ضمن الأراء المبثوثة في تضاعف الكتب البلاغية القديمة، فقد حدد أرسطو بعدما عرف الخطابة ثلاثة عناصر جوهرية تميّز هذا العلم.

- **الخطيب:** الذي يحمل بداخله إرادة الإقناع والتأثير.
- **المستمع:** الذي يقوم بفكّ رموز الرسائل المبعوثة من طرف الخطيب.
- **الرسالة:** هي المضمون الذي تؤديه الوسيلة وهذه الخطبة أثناء الإلقاء، وكان لاسويل من بين الذين إستخدموا نموذج أرسطو في الخطابة لإنشاء نموذج إتصالي جديد سمي بالنموذج الخطبي.

وإعتمادا على الأسئلة السابقة تمكّن كارل هافلان من تقسيم الخصائص الأساسية لعملية الإتصال إلى خمس أصناف وهي:

1. **المتصل:** شخصيته، أسلوبه.
2. **الرسالة:** مضمونها لأسلوب المستعمل في الرسالة: البراهين، الحجج.
3. **القناة:** الوسيلة التي يستعملها للأيصال.
4. **المستقبل:** أصناف المتلقين، مشاعر وشخصية الأفراد الذين توجّه إليهم الرسالة.
5. **مناخ الإتصال:** الخصائص الإجتماعية والفيزيائية للإطار الإتصالي بمعنى الأشخاص الحاضرون والمحيط الذي تجري فيه عملية الإتصال.

وإذا كان أرسطو ومن جاء بعده من بلاغيين قد أهملوا الوسيلة والتأثير فذلك لأنهم كانوا يعتبرون أنها محتواة ضمن الأركان التي تبني الخطابة بحد ذاتها وهذا واضح من خلال إعتبار إلقاء وسيلة الإتصال الشفهية في الخطابة، ومن خلال الحديث عن الإقناع الذي إعتبره أرسطو العنصر الأساسي في تعريف الخطابة.

وهكذا وإنطلاقا ممّا سبق فإنّنا سنحدّد عناصر عملية الإتصال الخطابي بخمس عناصر هي:

- المرسل (الخطيب).
- المتلقي (المخاطب).

- الوسيلة (الإلقاء).
- الرسالة (الخطبة).
- الأثر (آثار الإقناع الخطابي).

وقد تحدّث أرسطو[8] عن العلاقة التي تربط العناصر المكوّنة للخطابة فاعتبر أنّ العلاقة التي تربط بين الذات المتحدثة بالآخر المستمع هي Ethos و Pathos وهذه العلاقة تعتمد على لغة أو رسالة إعتبرها أرسطو وسيط إتصال لأنّها تنقل المعاني الكامنة، والرسالة حسب أرسطو يعبر عنها بواسطة Logos.

ويمكن أن نربط هذه العناصر بما قدّمه Michel Meyer حول العلاقة بين نموذج أرسطو والنماذج التعبيرية الأخرى من خلال هذا الجدول.

	الذات	الموضوع	الأخر
جاكبسون	المرسل	الرسالة	المتلقي
أرسطو	Ethos	Logos	Pathos

وإذا عدنا إلى تعريف أرسطو للخطابة لوجدنا أنّ البراهين أو أساليب الإقناع التي سميّت كما سبق التصديقات أو الإيجاد تتعلق بهذه العناصر الثلاث المحددة في الجدول حسب علاقتها بكل ركن من أركان الإتصال الخطابي.

فوسائل الإقناع المتعلقة بالخطيب والتي تدعى الآداب الخطابية عند الإمام أبو زهرة[9] نجدها عند أرسطو تحت تسمية Ethos.

أما وسائل الإقناع المتعلقة بالرسالة أي الأدلّة والحجج فتسمى Logos.

وفيما يتعلق بوسائل الإقناع المتعلقة بالملتقي، فيدعوها الإمام أبو زهرة بإشارة الأهواء والميول ونجدها عند أرسطو تقع تحت تسمية Pathos.

وسوف نتطرق إلى تجليات الأساليب الإقناعية في كلّ عنصر من هذه العناصر:

الخطيب: يرمز إليه بـ Ethos وهو الإقناع عن طريق تقديم صورة حسنة عن شخصية المصدر في مصداقية الخطيب تقوم على ميزاته وطباعه، وشرفه وفضيلته بإختصار فإن الـ Ethos يرمز إلى كل الصفات التي بإمكانها أن تجلب ثقة المتلقين

نحو المصدر وتضمن مصداقيته ونفوذه بين أوساط مخاطبيه، وذلك لأن إقتناع المتلقي برسالة المصدر يتوقف على إستعداده لتقبّلها، و تلعب هنا شخصية الخطيب دورا بارزا لتعزيز الطابع الإقناعي لرسالته.

المتلقي: ويرمز إليه بـ Pathos، فمن أجل التوصّل إلى إقناع المتلقين لابد من إستمالة نفوسهم عن طريق التأثير على عواطفهم، فالرضى والقبول الذي يتوخى الخطيب تأثيره في مستمعيه يتوقف على قدرة الخطيب في شدّ هذا المتلقي للإهتمام بخطابه، فإذا كانت الحجج المبنيّة عقليا ذات أهمية في هذا الإطار فإنّها لابد وأن تستند على إثارة أهواء وميول المتلقين، فمرمى الإقناع الخطابي ليس هو الإلزام والإفحام فقط بل مرماه حمل السامع على الإذعان والتسليم وإثارة عاطفته ويكون ذلك إذا توفّر في الخطيب قواعد هامة لإثارة الأهواء والميول كالإعتقاد بصحة ما يدعو إليه.

ومشاركة المتلقي وجدانيا بالإضافة إلى نفوذ الخطيب وعدد من العوامل، كلّها إذا إشتركت في خطبة واحدة يمكنها أن تجذب المتلقي وتستميله وهذا ما يسمى حجج الـ Pathos في الخطابة.

الخطبة : logos، ونعني بـ logos تحري الموضوعية في الخطبة وهو الذي تستهدف فيه الخطبة عقل المتلقي ويكون ذلك عن طريق إيجاد الأدلّة والبراهين المصطنعة وغير المصطنعة بالإضافة إلى منمقات لأسلوب Les ornements du Style الذي يؤثّر بدوره من خلال طبيعة المعاني وتركيب أسلوب الرسالة الخطابية.

وهكذا وبعد وأن حدّدنا بدقّة عناصر عملية الإتصال الخطابي يستوجب أن نحدّد بدقّة مفهوم الإقناع، وأن نذكر بعض إستراتيجيات في كلّ عنصر من عناصر الإتصال الخطابي.

الإقناع:

لغـة: مشتق من مادة قنع فيقال "قنع بنفسه قناعة آي رضي والقناعة هي الرّضى بالقسم"[10].

وقال بعض أهل العلم إن القنوع بمعنى الرضى والقانع بمعنى الراضي أمّا

الإقناع فهو الحثّ على الرضى وفي الحديث: فأكل وأطعم القانع والمعترّ" وهو من القنوع أي الرضى باليسير من العطاء.

وفي المثل «خير الغنى القنوع وشرّ الفقر الخضوع»[11] ومعنى ما سبق أن القنوع هو الرضى والإقناع بالشيء هو الحمل والحث على الرضى به.

وجاءت في القرآن الكريم بمعنى رفع الرأس والنظر في خشوع كما نجده في الآية «مهطعين مقنعي رؤوسهم لا يرتدّ إليهم طرفهم»[12].

إصطلاحا:

الإقناع Persuader في الفرنسية، مشتّق من الكلمة اللاتينية Persuadere وهي تتكوّن من مقطعين Per وتعني عاطفي وSuadere بمعنى يحثّ وهذه الكلمة ذات الأصل اللاتيني تعني «أنّ تجعل شخصا ما يفعل أو يعتقد في شيء من خلال الحثّ العاطفي أو العقلي»[13].

وكلمة أقنع تعني «حمل شخص ما على إعتقاد شيء»[14].

ويرى القرطاجني أنّ الإقناع هو حمل النفوس على فعل شيء أو إعتقاده أو التخلّي عن فعله أو إعتقاده.

ونجدها عن ابن رشد في كتابه "فصل المقال" تقع تحت إسم «التصديق» وهي الكلمة المستخدمة للدلالة على الإقناع العقلي الذي يستعمل الحجة والبرهان يقول إبن رشد: «إن طباع الناس متفاضلة في التصديق، فمنهم من يصدق بالبرهان ومنهم من يصدق بالأقاويل الجدلية تصديق صاحب البرهان بالبرهان، إذ ليس في طباعه أكثر من ذلك، ومنهم من يصدّق بالأقاويل الخطابية كتصديق صاحب البرهان بالأقاويل البرهانية»[16].

ويعرّف الإقناع في الإصطلاح الحديث بأنّه فنّ وطريقة حمل الآخرين على التفكير والسلوك في الإتجاه المرجو، وقد أوضح Perlman أن الإقناع يعتمد في نفس الوقت على علاقات ذات طابع عاطفي من جهة وعلى حجج عقلية منطقية قوية من جهة أخرى.

ويستند الإقناع حسب Judith Lazar إلى "مساعي معمولة من أجل تغيير السلوك عن طريق علاقات وتبادلات رمزية (رسائل)"[17].

ويعتبر Denis Huisman أن الإقناع صفة مرافقة وملازمة لكل أنواع

الإتصالات ومن ثمّ فهو يرى أنّ إختيار أساليب الإقناع الناجعة تؤدّي إلى فعالية الرسالة: «يجب أن يؤدّي الإقناع بالمستقبل إلى إتخاذ قرار راجع إلى بعض التغيرّات في الأراء والمواقف ويجب لهذه التغييرات أن تندمج باستمرار في حياة المستقبل»[18].

والإقناع يتمثل في كفاءة وإستعداد المرسل لجذب المستقبل وحمله بنفسه على مقاسمة قناعات المرسل.

ومن أجل ذلك قدّمت عدّة إستراتيجيات للإقناع كتلك التي تقدّم بها Denis Lindon[19].

وقد قسمها إلى فرعين:

1- الإستراتيجيات الخارجية.

2- الإستراتيجيات الداخلية.

وسنتطرق بإيجاز إلى أهم العناصر التي تحويها هذه الإستراتيجيات.

أولا: الإستراتيجيات الخارجية:

وسميت كذلك لأن التغيير لا يتوجّه مباشرة إلى الأفراد بل إلى العوامل البيئية أو المحيطة بالأفراد فيتّم التأثير مثلا أو التعديل في القوانين واللوائح، وبفعل العادة تتحوّل السلوكيات المحدثة إلى قناعات تحلّ محلّ المعتقدات القديمة، تتمثل هذه الإستراتيجيات في:

- **إستراتيجية القوّة والإكراه:** تستعمل مثل هذه الإستراتيجية من أجل إحداث سلوك لدى الأفراد يتماشى مع رغباتهم ويعكس ميولاتهم وعاداتهم الشخصية، وعلى العموم تستخدم هذه الإستراتيجيات من طرف السلطات العمومية ويتمّ ذلك عن طريق جعل بعض السلوكات إجبارية أو ممنوعة باللجوء إلى القوانين واللوائح التي تنصّ على العقوبات في حالة المخالفة مثلا.
- **إستراتيجية المكافأة والتسهيل:** قد لا تحتاج السلطات العمومية إلى فرض سلوك معيّن باللجوء إلى القوّة والإكراه، وذلك بأن تجعله سهل التبني ومرغوب فيه من خلال بعض المحفّزات الخارجية كتقديم تسهيلات.

لكن الملاحظ ميدانيا أن هذه الإستراتيجيات لا يمكنها أن تقدّم نتائج فعّالة إذا ما تّم إستعمالها لمفردها وبمعزل عن الإستراتيجيات الأخرى.

ثانيا: الإستراتيجيات الداخلية: التأثير المباشر على المواقف:

تعمل هذه العائلة الثانية من إستراتيجيات التأثير على تعديل الخصائص

الذهنية للأفراد بصورة مباشرة، إتجاهات، مواقف، عادات، معتقدات...إلخ ويتم هذا التأثير على ثلاث فئات من العوامل الذهنية:

- العوامل الأخلاقية.
- العوامل العقلية.
- العوامل العاطفية.

وعلى العموم فقد إستمدّت هذه الإستراتيجيات مبادؤها من أساليب الإقناع الخطابي عند أرسطو ويشير Denis Lindon إليها بإعتبارها إستراتيجيات داخلية لأنها متعلقة بالفرد ذاته وليس بمحيطه أو بيئته، وتتمثل في:

- Ethos أو نداء الواجب: في بعض الحالات وحتى يتمّ تعديل أو تغيير سلوك معيّن تقوم السلطات العمومية بتربية أو إعادة تربية أخلاقية أساسية الأفراد المستهدفين فموضوع الإستراتيجيات المخاطبة للواجب يتمثّل في إستعمال إتجاهات أخلاقية موجودة من قبل لدى الأفراد وتوجيهها في الشيء المرغوب فيه، كاستعمال الشعور الأخلاقي: قد يكون الواجب الأبوي.
- Pathos أو نداء العواطف: تعتبر الإستراتيجيات العاطفية حسب Lindon من أهمّ أساليب الإقناع المستخدمة، تستعمل لتحفيز، تحريك وتوجيه مشاعر إنفعالات وميولات الأفراد بهدف تدعيم سلوك قائم أو إحداث سلوك أو قيم جديدة، ويؤكّد الكثير من علماء الإجتماع وعلماء النفس أنّه بالإمكان تحقيق نتائج إيجابية باستعمال نداء العواطف وباستغلال المشاعر المختلفة وإستثمارها في الإتجاه المرجو.
- Logos نداء العقل: تتمثّل هذه الإستراتيجية في محاولة حمل الأفراد على تغيير سلوكهم عبر الإقناع المنطقي أي إستعمال الحجج والبراهين المنطقية.

وقد إنتهى Denis Lindon بعد عرضه لأهمّ أساليب التأثير والإقناع إلى أنّ أحسن إستعمال لهذه الأخيرة لا يكون بالإعتماد المطلق على إحداها بمفردها بل يكون باستخدام أساليب الإقناع المختلفة التي تنتمي إلى الإستراتيجيات الخارجية والداخلية وهي ما يسمّيها الإستراتيجيات المختلطة.

وقد رأى Lindon على غرار منظري الإتصال أنّ الإقناع هو إحدى وظائف

الإتصال إلى جانب وظائف أخرى كالإخبار ونقل المعلومات أو التعبير التي تضمن إستمرارية الحياة الإجتماعية.

وعليه فقد أقرّوا بأنّ الإتصال الإقناعي هو «عقد منجز إجتماعيا عن طريق سلسلة من العلاقات المتشابكة والتي من خلالها نحن في إشتراك مع الغير يعني هناك مجال للوفاق والتفاهم ويتجسّد من خلال الوظائف المختلفة التي تبني الإتصال الإقناعي»[20].

أمّا الإتصال الخطابي فإنّ وظيفته الأساسية هي الإقناع، ويعني ذلك أنّه بالرّغم من أنّ ريح تعاطف الأفراد وميلهم وتأكيد تفاهم متبادل هي كلّها أهداف إتصالية مستهدفة غالبا أكثر من الأهداف الإقناعية البحتة، بمعنى تلك التي تبحث عن التأثير على السلوكات فمع ذلك كلّه فإنّ الإقناع حسب A. Kibedi Vargo يشكّل الموضوع الرئيسي لأغلبيّة الدراسات المتعلقة بالخطابة[21].

وهذا ما يقودنا إلى القول كشرح بمعنى الإتصال الخطابي بأنه توجيه الخطيب رسالة إلى متلقي (مخاطب) بغرض إحداث تأثير واضح على إتجاهاته وسلوكاته وإستهداف بذلك إقناعه وكسب تأييده لرأي معين أو فكرة مقترحة أو معتقد جديد مثلما هو الحال بالنسبة لرسالة الإسلام التي هي موضوع إقناع الخطابي بالنسبة للرسول عليه الصلاة والسلام.

وكل هذه المتغيّرات تدخل في إطار إمّا نقل للفكرة وإثباتها أو تغييرها وحمل أخرى على مرحلة الفعل، أو تجديد وبعث الرّوح فيها، وهذا يتوقف حسب دراستنا على تلاحم ثلاث تقنيات للإقناع:

- الإقناع عن طريق تقديم صورة حسنة عن شخصية الخطيب وتسمى بالإقناع الأخلاقي باللاتنية Ethos.
- الإقناع عن طريق التأثير على عواطف وأحاسيس المتلقي وتدعى أيضا باستمالة النفوس باللاتنية Pathos.
- وأخيرا إستهداف عقل المخاطب وتفكيره عن طريق الحجج والبراهين أي Logos.

ونحن من خلال المباحث القادمة سوف نسلط الضوء على أهم هذه الإستراتيجيات الإقناعية المستخدمة في الإتصال الخطابي.

هوامش المبحث الاول

(1) Michel Meyer, Questions de Rhétorique : langage, Raison et Séduction, (libraire Générale Française, 1993) p (7-8) .

(2) للإستزادة تحيل القارئ إلى:

- Dennis Huisman, le dire et le faire
- William J.Mc Guire, fondations theoriques des Campagnes.
- Dennis Lindon, marketing politique et sociale.

(3) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 65

(4) أرسطو طاليس، كتاب الخطابة، ترجمة إبراهيم سلامة، ط1 (مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1950)، ص20.

(5) أرسطو، الخطابة، الترجمة العربية القديمة، ترجمة وتحقيق بدوي عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 181.

(6) J-Gergen Kenneth, psychologie sociale, traduit par Sylive Jutras et Claude Champagne, Claude Hamer (Quebec : editions etudes vivantes, 1984) p 152 .

(7) عبد الرحمن عزي، الفكر الإجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الإتصالية، بعض الأبعاد الحضارية، ط1 (دار الأمال، ماي1995) ص 35.

(8) Michel Meyer, op cit, p 23

(9) محمد أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص48 .

(10) جمال الدين ابن منظور، مرجع سبق ذكره، مادة قنع، ص 321.

(11) أبو القاسم محمد الزمخشري، أساس البلاغة، مرجع سبق ذكره، مادة قنع، ص 524.

(12) القرآن الكريم، سورة إبراهيم، الآية 43.

(13) Websters New World Dictionnary (New York Fawcett Popular Library, 1979) p 447

(14) Nouveau Dictionnaire Analogique « persuader » (Paris : ed Refrences Larousse, 1981) p 521

(15) حازم القرطاجني، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، تحقيق محمد بن الخوجة (تونس: دار الكتاب الشرقية، 1966) ص 20.

(16) الوليد بن رشد، فصل المقال فيما بين الحكمة والشريعة من الإتصال، تحقيق محمد عمارة ط 3 (القاهرة: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1986) ص 31.

(17) Judith Lazar, sociologie de la communication de Masse (Paris : Armand Colin ed, 1991) p 166

(18) Huisman Denis, le Dire et le faire, pour comprendre la persuasion, essai sur la communication efficace (Paris Sedex Reunis, 1983) p 18

(19) Lindon Denis, Marketing politique et sociale (Paris : ed Pollaz, 1976) p 35, 46.

(20) A. Kibedi Varga, Discours, Recis, image (Bruxelle: Pière Mardaga editeur, 1989) p 33.

(21) Ibid, p 205.

المبحث الثاني (المرسل): الخطيب وخصائصه الإقناعية

توصلت أبحاث علم النفس الإجتماعي الحديثة إلى أنّ ردود أفعال الناس تجاه الرسالة الملقاة تكون مرتبطة بخصائص القائم بالإتصال الذي يريد إقناع الأخرين.

إذ يعتبر هذا المتصل منشيء الرسالة ويؤثر في عملية الإتصال تأثيرا كبيرا ويذهب Jacques de Guise إلى أنّ تصوّر المتلقى للمصدر يلعب دورا في تحديد نتائج الإقناع[1].

فلكي تحدث الرسالة تأثيرها على التلقي لابد وأن يبدي هذا الأخير إستعداداً لتقبلها وهذا يتوقف على تصوّر المتلقي للمرسل أي الصورة التي يعكسها المرسل في ذهن المتلقي، فالشخص الذي يتحدث أو يلقي خطابا له أهمية كبيرة في عمليّة الإتصال وتقف هذه الأهمية في ذات المستوى مع عناصر الإتصال الأخرى عندما نريد التعرف على تأثير الإتصال ذاته.

ولقد إعتنت الدراسات القديمة والبلاغيون في العصور الماضية بالمتصل من عدة زوايا فقد قسّمت الخطابة اليونانية أساليب الإقناع حسب العناصر أو الأركان المكونة للخطابة فاعتبرت أن أساليب الإقناع المتعلقة بالخطيب تسمى ETHOS.

ويعود أصل هذه الكلمة إلى الكلمة الإغريقية تقاليد Gustom وعادات Habits ومنفعة Utility ثم تطوّرت لتشمل خصائص الخطيب وشخصيته الخلقية[2].

وقد إستعمل هذا المصطلح في الدراسات الحديثة الخاصة بالإتصال الإقناعي تحت تسمية نداء الواجب والذي يتمثل في الإقناع الأخلاقي حيث تعمل إستراتيجيات الإقناع الحديثة من أجل التأثير في متلقى معين باستعمال الإتجاهات الأخلاقية في الخطيب أو المتصل وبالتالي التأثير في الشعور الأخلاقي للفرد المتلقي.

وإذا كان أرسطو قد فرّق في البداية بين العلوم والأخلاق واضعا بينها حدا فاصلا، لكنه عدل عن رأيه هذا فيما بعد حيث ذهب إلى أن لأخلاق الخطيب دور في التأثير على المتلقين "فأخلاق الخطيب تنتهي به إلى الإقناع حينما تكون الخطبة

محضّرة بشكل يبعث على الثقة ويملأ نفس الخطيب بالطمأنينة[3] كما أن صفات الخطيب الخلقية التي يتميز بها حسب أرسطو لها أكبر الأثر في قوة الإقناع.

و"أفلاطون" أيضا لم يهمل هذا الجانب حيث رأى أن أخلاق الخطيب هي أهم عنصر من عناصر الإقناع، وينسحب لأمر على "سقراط" الذي كان يرى في رجل الدولة الخطيب بالرجل ذي الأخلاق العالية والحكمة العلمية والمهارة في الخطابة[4].

وإذا كان "أرسطو" كما سبق قد أرسى قواعد هامة لأخلاق الخطيب، فإننا نجد في رسالة الإسلام أسس لنظرية أخلاقية متكاملة تناسب الرسالة الخاتمة.

والخطيب في الإسلام، إذا أراد أن يكون مقنعا ويجذب جمهور المستمعين إلى ما يقوله، عليه أن يتحلّى بالمبادئ الأخلاقية التي تقوم عليها نظرية الأخلاق في الإسلام[5].

وتقوم هذه النظرية على عناصر ثلاثة هي[6]:

1. **المعرفة:** أي المعرفة المتعلقة بموضوع الأخلاق من حيث مبادئها وأصولها وطبيعتها وطرق إكتسابها وتحصيلها وكذلك البحث عن غاية الأخلاق ومصدرها... إلخ

ومعرفة الخطيب في هذا الإطار بالمبادئ الأخلاقية تساعده على صياغة خطبته كما تيسر له الطريق إلى إقناع الآخرين إنطلاقا مما يعرفه هو من مبادئ أخلاقية وإنطلاقا مما هو مغروس في ثنايا المتلقين من مبادئ.

فإذا أخذ الخطيب مثلا مسألة الإلزام الأخلاقي فهو يعلم أن الإسلام أرجع مصدره الأول إلى الله تعالى فهو خالق الإنسان وواضع النظام الأخلاقي ومراقب الناس في سلوكهم وأعمالهم ومحيطي كل شيء عليهم، أمّا المصدر الثاني فهو الجماعة المسلمة التي حملها الإسلام جانبا من المسؤولية عن انحراف الأفراد، لهذا قرر الإسلام مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وإلى جانب المجتمع يعتّد الإسلام بالعقل مصدرا ثالثا للإلزام الأخلاقي إنطلاقا من أن الإنسان حينما يدرك سوء عاقبة فعله فإنه يتجنبه، ومن مصادر الإلزام الأخلاقي في الإسلام، الضمير الخلقي، لأن الإنسان يتمتع بحاسة أخلاقية يميز بها بين ما هو حسن

وجميل من السلوك وما هو قبيح وضار، وهذا ما أشار إليه الرسول عليه الصلاة والسلام "البرّ ما إطمأن إليه القلب واطمأنت إليه النفس والإثم ما حاك في القلب وتردّد في الصدر وإن أفتاك الناس".

ثم يعتد الإسلام كما يرى الشيخ "نديم الجسر" بالترغيب والترهيب مصدرا للإلزام الأخلاقي، فالإنسان بطبيعته يحب الخير والنفع لنفسه، ونجد أنّ هذا المصدر مطبق فعلا في مبادئ الإتصال الإقناعي فعند بناء حملات الإتصال العمومي يعتمد القائمون بالإتصال إما على التخويف (الترهيب) أو على الحملات الإيجابية (الترغيب).

ويتبيّن مما سبق أن الإسلام لم يكتف بعامل واحد للإلزام بل عول على عوامل متعددة فما يناسب طبيعة البشر واختلافهم وتفاوت طبائعهم وإستعدادهم لتقبُل ما يقال.

وكذلك الشأن في بقية القضايا المعرفية التي طرحها الإسلام بما يناسب الطبائع المتعددة وينسجم مع واقع الحياة البشرية، والخطيب الناجح في الإسلام هو من يعتد بمصادر الموضوع الذي يخطب فيه ليكون أكثر إقناعا.

2. **التربية:** مفهوم التربية الأخلاقية في الإصطلاح هو تنشئة وتكوين إنسان متكامل أخلاقيا بحيث يكون مفتاحا للخير مغلاقا للشرّ فيسارع إلى الخيرات ويتسابق فيها، كما يسرع إلى إزالة الشرور ويتضمن ذلك جانبين:

تطهير النفس من الرذائل الأخلاقية وتنمية نزعات الخير، والتربية الأخلاقية بهذا المفهوم تشير إلى كلّ عملية نموّ الوعي والإدراك الأخلاقي ونموّ الفعل الأخلاقي وهي العملية التي تؤدي إلى بناء فكر وفعل أخلاقي متميز.

وهي بهذا المفهوم تتضمن جانبا معرفيا يتمثل في معرفة الخير والشرّ والواجب وحدود المسؤولية والضمير ومناط الإلزام وغير ذلك مما يدخل في مباحث الأخلاق، كما تتضمن في الوقت نفسه جانبا عمليا يتمثل في القدرة على تحويل هذه المعرفة إلى واقع وسلوك أي أنّ التربية الأخلاقية تخرج المعرفة من حالة القوة إلى حالة الفعل، من الجمود إلى الحركة، وهناك يكمن مصدر نفوذ الخطيب

في الإسلام الذي يجب أن تكون بدية هذه المبادئ التربوية التي باستطاعته تحويلها من الجمود إلى الحركة أو الفعل الظاهر في سلوك متلقية.

3. السلوك: السلوك من حيث المفهوم هو كل فعل إرادي صادر من إنسان راشد فقد جعل الرسول عليه الصلاة والسلام السلوك الأخلاقي طابع رسالته "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق".

فالبعد الأخلاقي الذي ينغرس في المجتمع بالإتصال كامن في عقائد الإسلام وتشريعاتة التي تبتغي تهذيب النفس وإصلاح المجتمع والإرتقاء بالأخلاق إلى أرفع منازلها، وهي ذات الأهداف التي يسعى إليها الخطيب من خلال إتصاله الخطابي بغيره من الأفراد، إتصال يهدف من خلاله إلى التصحيح بالإقناع. تصحيح يشمل النفوس والسلوكات والاتجاهات والأفعال، وذلك قصد البناء السليم للمجتمع.

وإذا كانت الأخلاق ترسم كل هذه الأبعاد في المجتمع، فإن الصفات الخلقية تعتبر من الأسس التي يتوجب على كل فرد إكتسابها، وخاصة الخطيب وذلك لأن مهمة إصلاح المجتمع تتوقف بدرجة كبيرة عليه في الإسلام.

فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر هي من أبرز الأخلاق الدينية التي إعتنى بها الإسلام "كنتم خير أمّة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله".

والخطيب بحكم مهمته الإقناعية المتمثلة في خصاله ومبادئه وشخصيته أولا وقبل كل شيء عليه أن يتحلّى بهذه الأداب التي تعتبر مفتاحا للتأثير والإقناع.

وفي هذا السياق نجد في تراثنا العربي القديم إهتماما كبيرا بشخصية المتصل بصفة عامة والخطيب على وجه الخصوص، فصفات الخطيب الخلقيّة لها دور بارز في إقناع جموع المتلقين.

فقد أطلقوا على الصفات التي يجب أن يتحلى بها الخطيب عند إلقاء الخطبة وما يجب أن يتخذه في سياسة السامعين وملاحظة أحوالهم بالأداب الخطابية[7].

وإذا كان للجانب الأخلاقي دور كبير في تأثير شخصية الخطيب فإن هناك

عدة مزايا إذا إجتمعت في المتصل أو الخطيب زادت من قوة تأثيره وإقناعه، كمصداقيته وكفاءته وقوة جاذبيته، وسوف نتحدث عن كل خاصية من هذه الخصائص على حدة.

مصداقية الخطيب:

إن الإتصال الخطابي يخاطب المعتقدات، ومن ثم لابد وأن يكتسب مصداقية معينة، فلكي يقبل المتلقي الفكرة عليه أن يؤمن إيمانا عميقا بأنها فكرة صادقة.

وهناك عدة عوامل تجعل المتلقي يصدق الخطيب مثل كفاءته Compétence والثقة به Confiance en lui، إخلاصه، صدق لهجته... إلخ.

فعندما توجه رسالة إقناعية لجماعة معينة فهي تهتم بقدر كبير بمصداقية الخطيب.

بمعنى هل هذا الخطيب الذي قدم لهم الخطبة أهل للتصديق وهل يقدم لهم أخباراً صحيحة؟ وهل هم بصدد الإستماع إلى خطيب مخلص ونزيه؟

إن مصداقية الخطيب وصدق لهجته تلعبان دورا كبيرا في إقناع الحاضرين به، فإظهاره الإخلاص فيما يدعو إليه والحرص على الحقيقة فيما يعمل، عاملان أساسيان لتمسك الحاضرين بآرائه وتصديقهم إياه.

وفي ذات السياق يذهب "Jacques De Guise" في دروسه عن المصدر في الإتصال الإقناعي إلى أنّ مصداقية المتصل عامل أساسي في الإتصال الإقناعي وتتحدد هذه المصداقية بإيمان المتلقي بأنّ الرسائل التي يبعثها المتصل صحيحة Une source est crédible quand on croit qu'elle envoie des messages veridiques.[8]

وقد كان أرسطو من بين الأوائل الذين تحدثوا عن ما يسمى بالتصديقات وهي البراهين والحجج، والتي تأتي من الصدق أي تصديق المتلقي لما يقوله الخطيب.

ويرى أرسطو أن التصديقات أنواع منها ما يكون بكيفيّة المتكلم وسمته[9] وهو يرى أن التصديقات بهذه الكيفية أي أساليب الإقناع الخاصة بالخطيب

والتي تؤدي إلى تصديق المتلقي له، تحدث بأن يكون الكلام بنحو يجعل المتكلم أهلا أن يصادق ويقبل قوله.

ومن أجل أن يكون الإخلاص والصدق باديان يرى «محمد أبو زهرة»[10] أنه لابد وأن يكون حال الخطيب مطابقا مقاله فلا يبتعد عمله عن قوله بل يكون أكثر الناس أخذا بقوله.

وذلك لأنّ التناقض بين القول والفعل يذهب من مصداقية الخطيب، ونجد هذه الصفة واردة في القرآن الكريم في قوله تعالى «يا أيها الذين آمنوا لم تقولون ما لا تفعلون، كبر مقتا عند الله أن تقولوا ما لا تفعلون».

فاختلاف قول الخطيب وفعله يذهبان حتما من مصداقيته، وذلك لأنّه إذا كانت أقوال الخطيب هي الغطاء الذي تكسبه الصدق فإن أفعاله تمثل الحجر الأساسي الذي يبني شخصيته الإقناعية.

وممّا يظهر الحرص على الحقيقة أيضا في شخصية الخطيب ألا يسرف في مدح ولا ذم ولا في وعد ولا وعيد وذلك لأن الإسراف يقول أبو زهرة "هي مظنة الكذب و الإعتدال مظنة الصدق، ومن أطلق لسانه بالوعد والوعيد تخلف عمله عن قوله وإستثقل العمل"[11].

فالحرص على عرض الخطبة يكون بالإبتعاد عن الإكثار والإسراف في الكلام الذي قد يفقد الخطيب مصداقيته فالمدح الكثير مفعوله مثل الذمّ الكثير، كما أنّ الوعود الكثيرة قد تدفع الخطيب في الوقوع في بعض المزالق التي تحول دون تحقيق وعوده، وهذا ما يدفع بالمتلقي إلى سوء الظن بالخطيب، الأمر الذي يفقده مصداقيته.

ونزاهة لسان الخطيب كذلك مرتبطة إرتباطا وثيقا بمصداقيته فهي دليل في عرف الجماهير على نزاهة قلبه واستقامة عمله، لذلك يرى "أبو زهرة" ألا يجب على الخطيب أن يكون فاحشا في تعبيره ولا متجها إلى الألفاظ الماجنة في خطبة لأنه إن فعل ذلك دلّ به على عدم إستقامة عمله وذلك يمنع صدق لهجته وتصديقه في خطبته[12].

ولقد قهدم ابن قتيبة الدينوري (276هـ)[13] في مقدمه كتابه "أدب الكاتب" بعض الوصايا الهامة التي تعبّر عن إهتمامه بالخطيب المتصل، حيث ورد في وصاياه أن مصداقية المصدر أمر ضروري لكي تكون الرسالة مؤثرة.

أمّا أبحاث الإتصال اليوم فقد أولت عنصر المصداقية[14] أهمية خاصة بحكم كونه من بين العناصر الحساسة التي تبرز قيمة المتصل، فقد إنتهى "هوفلاند" بعد دراسة تجريبية قام بها بخصوص رسالة تحتوي على خبر صادر من مصدر موثوق منه (أستاذ معترف به) إلى أنّ الخبر قد لقي ترحيبا من طرف الجمهور عندما عرف بأنه صادر عن هذا الأستاذ، أما الجمهور الذي عرف بأنه صادر من الصحيفة الروسية Pravda فإنه لم يقتنع بما يقال نظرا لعدم مصداقية المصدر فتوصل الباحث إلى أنّ الأفراد الذين تعرّضوا إلى صادر من مصدر ذو مصداقية عالية كانوا أكثر تأثرا بالخبر من الأفراد الذين تعرضوا إلى مصدر ذو مصداقية ضعيفة.

96 ٪ من الإقتناع بالخبر بالنسبة للمجموعة الأولى التي صدقت الأستاذ
69 ٪ من الإقتناع بالخبر بالنسبة للمجموعة الثانية التي صدقت الـ Pravda
فمصداقية الأستاذ المتعارف عليها في أوساط المجموعة التي تلقت الخبر جعلتهم يقتنعون بالخبر إنطلاقا من هذه الميزة التي ينطبع بها المصدر.

وهذا ما يقودنا إلى القول أنه كلما كانت مصداقية المصدر أكبر كلما زاد إقتناع المتلقين بها أكثر فأكثر.

ومصداقية المصدر أو الخطيب لا تتلخص في قول الحقيقة فحسب، بل بالطريقة التي تقال بها حتى يتم تصديقها وقبولها والإيمان بها من طرف المتلقي.

وصدق اللهجة مع الإخلاص وحسن السيرة ومراعاة ما يدركه المتلقي عن أحوال المصدر من نزاهة وإستقامة عمل، كلها عوامل أساسية تجعل من المصدر شخصا ذو مصداقية عالية أمام مستمعيه.

كفاءة الخطيب:

إذا كانت المصداقية تعني بالدرجة الأولى إيمان المتلقي من أنّ الخطيب يبعث رسائل صحيحة، فإن كفاءة الخطيب تتمثل في قدرته على قول الحقيقة، فلا

يكون الخطيب مقنعا إلا إذا كان صادقا، ولا يكون كذلك حتى يكون مؤهلا أي كفؤا Compétent[15].

وقد اختلفت مفاهيم كفاءة المصدر في الإتصال من مؤلف إلى آخر ومن مجال إلى آخر ففي مجال اللسانيات استخدمت كفاءة الإتصال بالنسبة للمصدر من طرف Compbell وWales سنة 1970 في علاقتها باكتساب اللغة[16].

وذهب Thudgill سنة 1978 إلى أبعد من ذلك حين اعتبر أن الكفاءة الإتصالية لا تقتصر على تعلم اللّغة فحسب ولكن أيضا تعلم كيفيّة إستعمالها[17].

وعلى هذا فإن كفاءة المصدر في الإتصال تتطلب معرفة جيدة بلغة المتحدث بها بالإضافة إلى حسن استعمال هذه اللغة، وذلك لأن قدرة المصدر على جذب إهتمام متلقية بالإضافة إلى قدرته على توصيل أفكاره والدخول في تفاعل مع الأفراد الآخرين يتوقف على حسن إستعمال اللغة التي تعتبر عاملا من عوامل التأثير والإقناع.

ولقد رأى «ريفرز» الذي يعمل في مجال تعليم اللّغات أن الكفاءة هي قدرة المرسل على الدخول في تفاعل إتصالي عفوي من خلال لغة هادفة[18].

فلغة المصدر إذا استعملت بطريقة هادفة يتوصل من خلالها إلى خلق التفاعل الإتصالي الذي يقرّب المسافة الفاصلة بين المرسل والمتلقي، تعبر بوضوح عن كفاءة هذا المصدر وقدراته اللغوية التي تفتح له الطريق للتعامل مع الأخرين، مما يضمن تفاعلا إتصاليا فعالا.

وكفاءة المصدر هنا لها علاقة إذن بمهاراته اللغوية والإتصالية في ذات الوقت، وهذا ما يؤكدّه Gelman و Shatz اللذان يذهبان إلى أنّ مصطلح كفاءة الإتصال «يعني مهارة وحذاقة المرسل في الإتصال بغيره»[19].

فمهارة المصدر أو الخطيب المحددة من خلال قدرته على الإتصال بغيره بدون صعوبة قائمة تحدد كفاءته في هذا الإطار.

وفي ذات السياق يرى Wunderlich أنّ الكفاءة تتمثل في "قدرة المصدر على إفهام الأخرين أو على فهم التعبيرات في وضعية الحديث[20].

فالقدرة على الفهم مرتبطة هنا بالقدرة على الإفهام، والمهارة التي يتجلى بها المصدر والتي تجعله قادرا على تبسيط المفاهيم بطريقة يستطيع من خلالها المتلقي فهم ما يقال تعتبر كفاءة.

أمّا في مجال الإتصال الخطابي فقد تحدث Martin Steinman عن الكفاءة الخطابية التي يتوجّب على الخطيب أن يتحلى بها، وقد ربط Steinman هذه الكفاءة «بفن القول بحكم إهتماماته الأدبية واللسانية»[21].

وعلى إعتبار أن الخطابة تعتبر فناً من فنون القول تستهدف إقناع الطرف الآخر فإن الكفاءة الخطابية في هذا المجال تعبر بوضوح عن قدرات الخطيب الكلامية ومهاراته في فنون القول والحديث خلال عرض خطبه.

أمّا محدثي الإتصال فقد ربطوا مفهوم الكفاءة بسعة الإطلاع والمعرفة التي تجعل المصدر كفؤا ومؤهلا بحكم إطلاعه لقول الحقيقة.

فسعة الإطلاع جانب ذو أهمية فائقة بحكم مساهمته في إبراز قدرات الخطيب وكفاءته، فتزوده بالثقافة الواسعة اللائقة بمقامه وتطلعه على علوم كثيرة تجعله ذو سمت عال ومتفوّق أمام مستمعيه.

وإذا كانت شخصيته وسمعة الخطيب من العوامل الضرورية لحدوث الإقناع، فإنّ سعة الإطلاع حسب منظري الإتصال هي التي تجعل منه شخصا متفوقا وذو معرفة تؤهله لقول الحقيقة التي يميل المتلقي إلى قبولها إذا صدرت من مثل هذا المصدر.

وسمعة الخطيب حسب Bautier تتوقف على تأثير ما يسميه بالكفاءة، لأنّ الأثر الإقناعي لخطاب ما يكون عندما يظهر المرسل في رتبة عالية يعني متفوق[22] ولا يكون كذلك إلا إذا كان كفؤا لقول الحقيقة، وهذه الكفاءة توفرها معرفته وسعة إطلاعه كما سبق.

ويرى Berton في ذات السياق أنّ «المعرفة سلطة يمكنها إن كانت واعية أن تدعم حجة المصداقية التي يتمتع بها الخطيب»[23].

وهذا ما ذهب إليه "هوفلاند" من خلال تجربته التي وضع فيها صحيفة

الـ Pravda وأستاذ معترف به تحت الإختبار ليبيّن من هذه المصادر يتمتع بمصداقية أكبر في نظر المتلقين، فأثبتت النتيجة أن نسبة التصديق الكبرى كانت للأستاذ بحكم مكانته ومعرفته الكبيرة بالموضوع التي جعلته حسب متلقي الخبر شخصا ذو كفاءة لقول الحقيقة التي صدّقوها بحكم أنها صادرة من طرفه.

وقد تحدّث "الثعالبي" قديما (ت 429 هـ) عن المركز الإجتماعي للمتصل، فكلما كان هذا الأخير مؤهلا كلما إكتسبت رسالته قيمة نظرا لأهمية مركزه الإجتماعي وأهليته.

أما «ابن قتيبة» فقد أشار إلى أن المركز الإجتماعي للمتصل يؤثر في إستقبالنا للرسالة من ثم فإنه يرى أن من الشعر ما يختار ويحفظ لنبل قائله[24].

نستنتج مما سبق أن الكفاءة مفهوم يرتبط إرتباطا وثيقا بمصداقية الخطيب وقدرته على قول الحقيقة التي تبني إنطلاقا من عدة خطوات يحرص الخطيب على إكتسابها كتعلم اللغة وحسن إستعمالها وسعة إطلاعه وسمته وشخصيته... إلخ، فكل هذه العوامل في إجتماعها كفيلة بأن تحدد كفاءة الخطيب التي تمكنه من التوصل إلى التأثير والإقناع في الطرف الأخر.

الثقة:

لكي يحدث الخطيب تأثيرا في المتلقي لا بد وأن يقتنع هذا الأخير بالخطيب ويتوقف هذا على مقدار الثقة التي يضعها المتلقي في الخطيب حتى يقتنع بخطابه.

ويرى «أرسطو» أنّ من توفرت فيه الشروط التالية فهو جدير بالثقة:

1. الذكاء والأخلاق التي يتمثل فيها التحرر والنجاعة وضبط النفس والشهامة والحكمة واللطف...
2. حسن النية التي تعني الإهتمام الصادق بمصلحة المستمعين والمودّة لهم[25].

كما أضاف أنّ الخطيب الذي تتوفر فيه الفضيلة والفطنة والتلطف للسامعين يوحي بالثقة إلى من يسمعونه»[26].

وإذا كانت الثقة بالخطيب صفة أساسية فإنّ من لم يمنح هذه الثقة عليه باكتسابها.

ويرى «أبو زهرة» أن إكتساب الثقة تكون بعلمين مرتقاهما صعب:

- الإجتهاد في جلب الثقة.
- سياقة الكلام في صورة محببة مثيرة[27].

وقد تحدث «أرسطو» في جانب آخر عن أخلاق الخطيب ودورها في بعث الثقة والطمأنينة في نفوس المتلقين "فأخلاق الخطيب تنتهي به إلى الإقناع حينما تكون الخطبة محضرة بشكل يبعث على الثقة ويملأ نفس الخطيب بالطمأنينة"[28].

ويتحدث GENUNG عن جانب آخر من الثقة فهو يرى أن تمتين العلاقة بين المستمتع والخطيب تبدأ من هذا الأخير "فعليه أولا أن يبعث الثقة في نفسه كرجل أمين وقادر، وفي موضوعه الذي يعرضه، وهذا في الخطابة الحديثة لا يكون بحديث الخطيب عن نفسه أو بعرض عواطفه ودوافعه الشخصية بقدر إخلاصه في الكلمة ومظهره الذي يوحي بالثقة"[29].

وعليه فإنّه قبل أن يثق جموع المستمعين بالخطيب عليه أولا أن يثق بنفسه، وأدلّ شيء على ثقة الخطيب بنفسه هو جرأته وشجاعته ورباطة جأشة عند عرض خطبته وإلقائها.

فرباطة الجأش تعني أن يتفق الخطيب مطمئن النفس غير مضطرب ولا وجل وإلا لم يستطيع ملاحظة السامعين، وهم إن أحسّوا بضعفه وإضطرابه صغر في نظرهم فلا يستطيع إثارة حماسهم.

أمّا شجاعة الخطيب فهي تعني قوّته على فرض رأيه على سامعيه خصوصا حين يكونون على غير رأيه.

وتعني جرأة الخطيب في ذات السياق "عدم التهيّب والتردد فيما يتحدث عنه الخطيب"[30].

فالثقة بهذا، بناء مرتقاه صعب للغاية والخطيب الناجح هو الذي يحسن التدرج في إكتساب الثقة ثقته في نفسه أولا وثقة الآخرين في قدراته ثانيا، ويقدم "ديل كارينجي" بعض النصائح التي تساعد على تنمية الثقة بالنفس قائلا[31]:

- إستعد فأنت لن تشعر بالثقة في نفسك إذا لم تعرف ما ستقول.

- إنّ الخوف نتيجة لفقدان الثقة في النفس يكون نتيجة لعدم معرفة الشيء الذي تريد عمله، وهذه الأخيرة نتيجة لعدم المران لذا يجب أن تسلم بالمران فتختفي مخاوفك.

القوة الجذابة للخطيب:

إنّ القوة الجذابة تحدث على المتلقي تأثيرا ذو طبيعة عاطفية لا عقلية فهي تجعل المتلقي يصدر أحكاما قيميّة كأن يقول هذا الشخص جذاب[32].

وأن يغير آراءه تجاه القضية التي يدعو إليها ذلك الشخص لمجرد أنّه يشعر بشعور إيجابي يجذبه نحوه.

وقد بينّت معظم الدراسات الدور الذي يلعبه المظهر الخارجي للخطيب.

فاعتناء الخطيب بمظهره ولباسه بالإضافة إلى حسن خلقه يزيد خطبته وقعا وتأثيرا في نفوس السامعين.

ويدخل ضمن عنصر الجاذبية كل من حسن الهندام، حسن الخلق، الوقفة، حلاوة الصوت وجهارته فكل هذه عوامل وأعوان على التأثير والإستمالة الوجدانية.

ويرى الشيخ «محمد المهدي» في حديثه عن تجمّل الخطيب في الشارة والملابس أنه "مطمح الأنظار، والنظر يفعل في القلب كما يفعل الكلام في السمع" [33]

وقد أجريت دراسات عديدة حول ما يسمى بالجاذبية الجسمية عند الباحثين الغربيين أمثال Sigall, Walster, Candy والتي تعرف عندهم بانطباعات النظرة الأولى للقائم بالإتصال[34].

وقد إنتهى "Herbert Kelman"[35] سنة 1968 إلى نتيجة مفادها أن الجاذبية التي يتمتع بها المتصل لها تأثير كبير على المستمع ودور هام في التأثير على الجمهور، وذلك لأنّه إذا كان المرسل جذاب فإن شخصية المتلقي تكون متأثرة بتلك الجاذبية، فهو يحاول في كثير من الأحيان التشبّه به ويحاول قدر الإمكان تقمص شخصيته.

وهكذا فأن الخطيب الجذاب يمكن وبسهولة آن يشد إنتباه المستمع أكثر

من الخطيب الذي تنعدم فيه هذه الخاصية، لأنّ الجاذبية صفة مرغوب فيها إذ يجد المتلقي متعة في رؤية الخطيب الجذاب أو السماع إليه، إذ تتكون لديه الرغبة في أن يشاطره في الرأي الذي يوجهه له الخطيب.

وقد وضح "الجاحظ" بدوره مدى تأثير الجاذبية في الإقناع مركزا على تأثير المظهر الخارجي المتمثل في الهندام، فالهندام المنسق يعزّز ثقة الخطيب بنفسه ويكسبه في أعين الناس مهابة.

وفي ردّه على «سهل بن هارون»، الذي كان يرى أن هيئة الخطيب ومظهره الخارجي لا يجب الإعتماد عليها في التأدية البلاغية الخطابية يرى الجاحظ أن "... زين ذلك كلّه وبهاؤه وحلاوته وسناؤه أن تكون الشمائل موزونة والألفاظ معتدلة واللهجة نقيّة، فإن جامع ذلك كله السن والسمت (بمعنى حسن الهيئة) والجمال وطول الصمت، فقد تم كل التمام، وكمل كل الكمال"[36].

لذا فاعتناء الخطيب بمظهره وجمال هندامه يزيد خطبته وقعا وتأثيرا لدى السامعين، لأنّ المظهر الخارجي يعتبر واحداً من العوامل المساعدة على الإستمالة والإقناع الوجداني.

ويتأكد لنا هذا بوضوح من خلال قصة الخطيب المسكين التي رددها "الجاحظ" في البيان والتبيين ثماني عشرة مرة في قالب روائي يكاد يكون نموذجيا.

فكلّ هذه القصاص الصغيرة تروي مأساة خطيب يخفي بلاغة غزيرة ويظهر هيئة رثة أو عاهة جسدية يشوّه منظره وتجعل الناس يحتقرونه ويهيبونه"

يقول الجاحظ في بعض قصصه:

«ومن الخطباء أبو وائلة إياس بن معاوية المزني... أتى حلقة من حلق قريش في مسجد دمشق فاستولى على مجلس ورأوه أحمر دميما باذ الهيئة قشفا فاستهانوا به فلما عرفوه إعتذروا إليه وقالوا له: الذنب مقسوم بيننا وبينك، أتيتنا في زي مسكين وتكلمنا بكلام الملوك»[37].

كما يسرد «الجاحظ» أيضا قصة «النخار بن أوس العذري» الخطيب مركزا على ردّة فعل «معاوية» عندما رآه مرتديا عباءة رثة حيث أنكر مكانته

وهيئته حتى إضطر النخار إلى أن يقول «إن العباءة لا تكلمك إنّما يكلمك من فيها»[38].

وقد أضاف كل من "محمد الحوفي" و"أبو زهرة" عدة عوامل تعين على الجاذبية وهي[39]:

وقفة الخطيب: إن الوقفة الموافقة للخطابة هي الطبيعة دون توتر في الجسم فعلى الخطيب أن يكون في وقوفه بعيدا عن التكلف.

وأحسن حال للوقفة الخطبيّة:

- أن يقف الخطيب على مرتفع ليشرف على السامعين ويصل صوته إليهم، وليتمكنوا من رؤيته، فإنّ الرؤية تعين على حسن الإستماع.
- وأن يكون في وقفته مستقيم القناة، فلا إنحناء وتقوس وأن يبرز لصدره إلى الأمام، ويعتمد على إحدى الرجلين إن كانت الخطبة طويلة تستغرق زمنا، لكي يستطيع أن يبدل إحدى الرجلين بالأخرى ليريحها.
- مجانبة التحرك الكثير فمن الأحسن الوقوف في مكان واحد، ويستطيع الوقوف وقفة تضفي عليه فخامة وعظمة مع إجتناب بعض العادات المستهجنة كوضع اليد في الخاصرة.

حلاوة الصوت وجهاراته: إنّ للأصوات أثر كبير في حسن وقع الكلام أو قبحه وليس المرجع في ذلك جمالها وقبحها وإنما جودتها في تصوير المعاني ونقل الخواطر، وذلك لأنّ الألفاظ والأصوات تتعاونان في الدلالة على المعاني النفسية، والصوت يسحر سامعه ويبهره بحلاوة نغماته وصفاء رناته وحسن توقيعاته.

جمال الخلق: كلما كان الخطيب مقبول الصورة غير ذميم ولا منفر إلا وزاد قربه إلى قلوب السامعين، والرجل الصحيح الجسم الحسن القامة لا يحتاج إلى إظهار شخصيته والتأثير في سامعيه مثلما يحتاج إلى ذلك الضئيل الجسد، الذميم الصورة.

التعبير على النية في تغيير المواقف[40]

يتفق علماء النفس على أنّ الطبيعة الإنسانية ترفض من يستفزها، والخطيب

الحاذق هو من لا يعبر بوضوح عن نيته في تغيير موافق الآخرين، لذلك إذا حاول الخطيب أن يستهل حديثه مع مخاطبيه بجملة توحي بأنه يحاول التأثير عليهم كأن يقول:

"إني سوف أغير أفكاركم وسلوكاتكم تجاه هذه القضية؟ فهذا يبيّن بوضوح ويبرز علانية رغبته في إقناعهم للوهلة الأولى، وردة فعلهم هنا تكون بديهية وهي نفور الجماعة منه مع تكوينهم رد فعل سلبي تجاه هذا الخطيب المستفز.

وقد قدّمت عدة دراسات حول أسباب ظهور المقاومة عند المتلقين، حيث أرجع كل من Allyn Festinger و Hass سنة 1961 سبب ذلك إلى النية المصرح بها من طرف المرسل في إقناع المتلقي.

وإذا استعملت عبارة "إني سوف أقنعك" فهذه الأخيرة تفترض بأنّ المستقبل سريع التصديق، أو من المحتمل أنه يحمل أفكاراً خاطئة أو كرد فعل لهذه العبارة فمن المحتمل أنه سيتهيأ للدفاع عن نفسه وعن آرائه (Petty Cacloppo).

كما أنّ هذه العبارة قد تنتج لدى المتلقي منافسة بحيث أنه سوف يعتقد بأن المرسل يعمل على معارضته وأنه ضده وسوف يحاول بقدر الإمكان إيجاد عيوب في الأدلة التي يقدمها له المرسل.

وبينت بعض الدراسات بأن أثر الإنذار والتنبيه قد تحدث لدى المتلقي مقاومة قوية إذ لاحظ Petty بعد دراسة تجريبية بخصوص التنبيه أن الناس يقررون بمجرد ما يشعرون بأن هناك معارضة لأفكارهم كما سجّل تغيرات دقيقة في عضلاتهم الوجهيّة في الوقت الذي يقدم الفرد المعارض لهم حجج مضادة لبراهينهم.

فالتنبيه أو الإنذار يمكن أن يكون وسيلة جد قوية لإنشاء المقاومة لدى الأفراد المراد إقناعهم وخاصة إذا كانوا قد إتخذوا إتجاهات مسبقة حول الموضوع، ولكن قد يقبل المتلقي الرسالة ويتخلى عن حججه المضادة إلا إذا أسيء أثر الإنذار (التنبيه).

كما اوضح Wattsو Halt أنه من الممكن أن يتقبل المتلقي آراء المرسل إلا إذا كانت الرسالة خالية من العناصر التالية:

- تهديد ضمني.
- إيحاءات بالنقص.
- تلقين بالمنافسة.

وهناك تقنية أخرى يستعملها الدعاة الذين يصرحون بنية الإقناع فيتحمس المستمعون لخطبهم دون أيّة مقاومة وهذا لكون كل الأفراد يبدون الرغبة في الإقتناع فالمرسل يمكن أن يقنع الآخرين إذا كانت لديه مصداقية عالية كما أنه إذا إشترك مع المتلقين في مجموعة من خصائص (السن، الجنس، المهنة، العرق، القيم...)

وذلك في تعزيز أواصر القرابة بين طرفي الإتصال، كما أن العواطف الطيبة التي يبعثها المرسل تحمل الناس إلى إعتناق آرائه وتبني أفكاره.

التودد من السامعين:

إذا أراد الخطيب أن يحدث آثارا عميقة بالمستمعين عليه أن يثير إهتمامهم ويكون ذلك بأن يتودد إلى سامعيه بأن يقترب منهم ويتواضع لهم، فلا يتعالى حتى تجد خطبته طريقها إلى قلوبهم.

ويرى Genung في ذات السياق أن "المستمعين يكرهون أن يتحدث إليهم الخطيب من عل كما لو كان أسمى منهم علما وجاها"[41].

وقال «ابن سينا» يوما "من رحم كان أدنى إلى التصديق ومن أحبّ كان أخلق بأن يميل إلى معاونة المحبوب"[42].

فكسب ودّ السامعين لا يكون بالمداهنة والتطاول والتعالي وإنما يكون بالميل إليهم ومعاونتهم على الفهم، فإذا وقف الخطيب هذا الموقف إمتلك أسماع متلقيه وحرّك رغباتهم في الوصول إلى الصدق والحقيقة.

ومن مظاهر هذا التودد والميل أن يكون الخطيب ممن يألفون ويؤلفون، و لا حرج في أن يمدح الجماعة التي تخاطبها ويذكرها بأحسن صفاتها فقد ذهب كل من Chaiken و Eagly إلى أنّ مدح الجماعة له مفعول إيجابي في الإقناع[43].

أما «ابن سينا» فقد قال: «ومن مدح وأعجب بنفسه كان ميله إلى مادحه

الذي أعجبه بنفسه وتصديقه إياه أكثر»[44].

فمدح الجماعة المتحدث إليها يساهم في تقريب الخطيب من سامعيه كما أنه يساهم في زيادة تصديقهم إياه وهذا ما يعزّز ويدعم تأثير الخطيب.

ويرى "أبو زهرة" أنه من بين مظاهر التودد أيضا "أن يبيّن الخطيب أنه يسعى لمصلحة سامعيه وأنه يؤثرهم على نفسه وأن يظهر أنه لا غرض له شخصي، فإن الغرض إذا ظهر من الخطيب جعل الريبة تتطرف إلى قوله"[45].

وهكذا فإن إجادة الخطيب وبراعته في تجسيد هذه المظاهر كفيلة بإكتسابه مكانة عالية في قلوب سامعيه.

صفات الخطيب:

وإذا كنّا فيما سبق أشرنا إلى الصفات والميزات التي يتميز بها الخطيب أو غيره من المتصلين عند ملاقاة الجمهور، فمن الواجب أن نذكر صفات الخطيب الكامل والتي يمتاز بها الخطباء عن غيرهم من المتكلمين أو المتصلين.

وهذه الصفات حسب "أبو زهرة" هي الأساس الذي يمكننا أن نكشف من خلالها قدرات الخطيب الإقناعية في الخطابة.

وهذه الخصائص هي:

1. **قوة الملاحظة:** قوة الملاحظة والإنتباه عند الخطيب ضرورية عند إلقاء الخطبة، فمن الضرورة أن يتساءل الخطيب: هل المخاطبون مقبولون عليه؟ ثم يترسل في قوله ويستمر في عرض خطبته، وإذا لاحظ منهم ضيقا أو مللا يعود ليتساءل هل هم معرضون عنه؟ فيتجه إلى ناحية أخرى يرها أقرب إلى قلوبهم وأدنى إلى مواطن التأثير فيهم.

   لذلك يستوجب أن تكون نظرات الخطيب إلى سامعيه نظرات فاحصة كاشفة يقرأ في وجوههم ما يخطر بقلوبهم، ويكتشف من خلال ملامحهم ما تكنّه نفوسهم تجاه ما يقوله.

   ويذهب "أبو زهرة" في ذات السياق إلى أن الهدف المتوخي من وراء ذلك هو تجديد نشاط المتلقين بإذهاب فتورهم وجعل روح الخطيب متصلة بأرواحهم ونفسه متصلة بنفوسهم[46].

2. **حضور البديهة**: إذا كان حضور البديهة من الخصائص التي لابد وأن تلازم كل مصدر للإتصال مهما كانت جهته، فإنها بالنسبة للخطيب تقوم مقام الدواء الشافي إذا لقي من جموع السامعين إعراضا.

فقد يلقي الخطيب خطبته فيعقب بعض السامعين معترضا أو طالبا الإجابة عن مسألة، فإذا لم تقدم البديهة الحاضرة كلاما مقنعا يرضي السامع ويجيب عن إستفساره وتساؤله ضاعت الخطبة وآثارها.

ويذهب "ابن عبد ربه" في كتابه "العقد الفريد" إلى أنّ أحسن الأجوبة التي يمكن أن يتقدم بها الخطيب عند مقاطعته "ما كان حاضرا في بديهته ويتوخى في ذلك إصابة المعنى وإيجاز اللفظ"[47].

فحضور البديهة ضروري لإشفاء السائل بالأجوبة الناجعة ذات الأثر المقنع.

ومن الأمثلة التي توضح لنا مدى حضور البديهة ضمن إجابة السائل قصة "الوليد بن عبد الملك" الذي ولى أخاه مسلمة على مصر ثم عزله عنها، فقدم إلى دمشق ومعه إبل محملة وأمتعة كثيرة، فقال الوليد "أيتها العير إنكم سارقون"، فقال مسلمة إن يسرق فقد سرق أخ له من قبل[48].

نلاحظ من خلال هذا المثال الذي إستمّد فيه كل من مسلمة والوليد الكلام فيه من القرآن الكريم مدى حضور بديهة كليهما وكيف كان الرّد مواتيا للتساؤل والجواب حاضرا لحظة السؤال.

3. **طلاقة اللسان**: اللسان أداة الخطيب الأولى، فلابد أن تكون الأداة سليمة كاملة ليتسنى له إستعمالها على أكمل وجه وأتمه، وقد عدّ بعض المنظر بين هذه الخاصية الركن الوحيد في الخطابة وجعلها غيرهم بالمحل الثاني.

وحتى وإن لم يكن الأمر كذلك فإن طلاقة اللسان تعدّ من ألزم صفات الخطيب وأشدها أثرا في إنتصاره في ميادين القول.

4. **رباطة الجأش**: إن إطمئنان نفس الخطيب بعدم إضطرابها ووجلها تعتبر من الضرورة التي تمكنّه من ملاحظة أثر كلامه في سامعيه. وهم إن أحسوا بضعفه وإضطرابه صغر في نظرهم وهان وكلامه في أعينهم، فلا يستطيع إثارة

حماستهم، ويذهب كلامه هباء منثورا.

ويرى "أبو هلال العسكري" في كتابه "الصناعتين" أنّ "الحيرة والدهش يورثان الحبسة والحسر وهما سبب الإرتاج والإفهام"[49].

وهكذا فإنّ الإضطراب يوجد الحيرة والدهش وهو ما قد يرتج الخطيب ويتسبب في عدم قدرته على التأثير.

القدرة على مراعاة مقتضى الحال:

من بين الشروط الواجب توفرها في الخطيب الناجح، ضرورة مراعاة أحوال السامعين والإقتراب من نفوسهم، فذلك يعتبر لبّ الخطابة وروحها زيادة إلى أنّه من الشروط التي تؤدي إلى إقناع السامعيين والتأثير فيهم، فقد كان العرب القدامى يقولون أن لكلّ مقام مقال، وهكذا فإن لكلّ جماعة من الناس لسان تخاطب به حسب حالها. فيختار الخطيب من الألفاظ ما يناسب كلّ طبقة حتى تبقى لخطابته هزة في كلّ قلب وتسريح لمغزاها كلّ نفس.

وعلى الخطيب أن يأخذ بعين الإعتبار إختلاف المستقبلين وميولهم وأذواقهم في عملية التأثير، فالناس مختلفون مشارب وعادات وأخلاقا وسنّا ومهنة ومرتبة ولكلّ جماعة من الناس أحوال تقتضي نوعا من الخطاب لا تقتضيه أحوال الجماعة الأخرى والخطيب الحاذق هو من يعرف الطبّاع الغالبة على الجمهور فيأتي إليهم من ناحيتها.

فالشاب يثير حماسهم ويوقظ قلوبهم ويدفع إلى إقناعهم كلام لا يثير عاطفة الشيوخ لأنّ المناسب لهؤلاء نوع غيره، فعلى الخطيب أن يقصد إلى النوع الذي يوافق جماعته شيوخا أو شبابا، كما عليه أن يراعي شحنة الخطاب بحسب الجماعة الموجه إليها، ويقول "علي محفوظ" في ذات السياق "لكل فريق من الناس خطابا يليق به ويوافق عقليته ويناسب سنّه فلا يخاطب أشراف الناس وأوساطهم وسوقتهم بخطاب واحد... فعلى الخطيب أن يكون مع كلّ طبقة على مقدار مبلغها من الفهم والاستعداد لقبول ما يريد غرسه في نفوسها من المعاني"[50].

وقد قال "الفارابي" في إحدى رسائله : "إنّ أنفع الطّرق التي يسلكها

الخطيب، تأمّل أحوال السامعين وأعمالهم وتصرفاتهم..وأن يمعن النظر فيها ويميّز محاسنها ومساوئها ويبّين النافع والضار لهم منها، ثم ليجتهد في التّمسك بمحاسنها وحّض الناس على طلبها لينالوا من منافعها"[51].

فعلى الخطيب أن يدرس الجماعة دراسة عميقة متغلغلة وأن يعرف حالها معرفة الخبير الدقيق النظر وأن يكون كلامه على صورة ملائمة لأخلاقها ومألوفها وإن كان ما يدعو إليه يتنافى مع طبيعة الجماعة التي يخاطبها إجتهد في التأليف بينها فإن سدّدت خطاه ومهدت له الطريق لإقناع هذا الجمهور والتأثير فيه فهو ممّن أوتو حسن الخطاب.

وخلاصة القول أنّ لكل طبقة من الناس طباعا وأخلاقا وعادات وأحوالا تميّزهم على إختلاف وظائفهم وصناعاتهم ومذاهبهم وأوطانهم، لابد للخطيب من ملاحظتها وعلى مقدار هذه الملاحظة تكون مكانته في النفوس ونجاحه في مهمته.

العيوب البيانية للخطيب:

إعتنى القدامى بالخطيب من حيث قدرته على توصيل الرسالة الخطابية، ولذلك اهتموا بسلامة نطقه وفصاحته وصوته.

ويعرض "الجاحظ" بالشرح للآفات التي تقلّل من قدرة الخطيب على الإفهام وعلى سلامة البيان ويعرض كذلك لبعض الآفات التي تعترض سلامة النطق وفصاحته، إذ أنّه على مقدار سلامة النطق وفصاحته تكون درجة البيان.

وتتمثل العيوب البيانية للخطيب في:

القسم الأوّل: يتعلق ببيان المراد والوصول إلى الغرض

القسم الثاني: عيوب النطق

القسم الثالث: العيوب الصوتية

1. ما يتعلق ببيان المراد والوصول إلى الغرض:

إذا افتقد الخطيب خاصية من بين خصائصه السابقة كعدم مراعاة مقتضى الحال أو عدم إنتظام الإشارات أو النقص في إثارة حماس السامعين فهذا يبعده عن قوانين الخطابية ويمنعه من الوصول إلى غرضه المنشود من خطبته.

ويرى "أبو زهرة" أنّه من بين العيوب التي تبعد الخطيب عن غرضه هو "إطراد الصوت عند الإلقاء بحيث لا يكون على وتيرة واحدة ولا يكون مصوّرا للمعاني تمام التصوير"[50].

ومن بين ما يفقد الخطبة معناها أيضا السرعة الزائدة ولذلك فإنه من أجل الإبتعاد عن هذه العيوب يستوجب المعرفة التامة بأصول هذا العلم وحمل النفس على الأخذ بها بالمران والممارسة.

2. عيوب النطق:

يعدّد "الجاحظ" في "البيان والتبيين" طائفة من عيوب النطق عند الخطيب ويرى أنّها عيوب تخرج الحروف على غير وجوهها وتعترض سهولة مخارجها وهو يقول في ذلك: "من نقص الخطيب أن يكون بنطقه عيب يعوق سهولة المخارج وسلامة الحروف وإستوائها، كاللجلجة والفأفأة والتمتمة واللثغة واللّفف والحبسة والحلكة"[51].

- **اللثغة:**[52] وهي تعذّر النطق بحرف والنطق بحرف آخر بدله، والحروف التي تدخلها اللثغة أربعة:
  - القاف مثل قال/ طال.
  - السين مثل باسم الله/ بثم الله.
  - اللام مثل جمل/ جمي.
  - والرّاء مثل عمرو/ عمي.

ويرى "الجاحظ" أنّ عيوب اللثغة يمكنها الزوال والمثابرة بالتدرب مثلما فعل "محمد بن شبيب المتكلم" و"واصل بن عطاء" الذي أسقط الرّاء كليّة من كلامه، وكان أيضا "ديموستين" أشهر الخطباء بأثينا ألثغا ومن أجل إصلاح عيبه يروى أنه كان يذهب إلى شاطئ البحر ويضع في فمه حصاه ويخطب مع تصاعد الأمواج، حتى ذهب عيبه وصلح لسانه[53]

- **اللجلجة:** وهي التردّد في الكلام بأن يكرّر الخطيب نفس الكلمة عدّة مرّات.
- **الفأفأة:** وهي ردّ الكلام إلى الفاء ويقال لمن كان فيه هذا العيب فأفاء.

- **التمتمة:** هي التلعثم في التاء ويقال لمن كانت فيه هذه الحال تمتام.
- **اللّفف:** وهو إدخال بعض الكلام في بعض وقد قال بعض الباحثين أنّ منشأ هذا العيب في بعض الأحوال أن الألفاظ بسبب سعة المخيلة تسبق القصد، فالمتكلم يستعمل اللفظ ثم يتركه إلى سواه قبل أن يتم تكوّنه.
- **الحبسة:** هي ثقل النطق على اللسان وتعثر الكلام عند إرادته.

ويرى "أبو زهرة" أنّ سبب الحبسة قد يكون عدم وضوح ما يراد قوله أو الحياء والخجل.

- **اللكنة:** فهي إدخال بعض حروف العجم في حروف العرب.

— **الحصر والرتج:** وذلك بأن يبرد جسم الخطيب وتضعف قوته ويتصبّب عرقه ويدور رأسه، ويصبح لونه شاحبا ويصيبه بذلك الحصر نتيجة حادث يعرض من السامعين وهو يخطب أو حين يصعد المنبر مباشرة وفي ذلك يقول "أبو هلال العسكري" "الحيرة والدّهش يورثان الحبسة والحصر وهما بسبب الإرتاج"[53].

— **الإستعانة:** منها أن يعتمد الخطيب إلى التطويل في كلامه باستعمال بعض الكلمات التي تفيد جلب انتباه المستمعين إلى كلامه، ولكنها في نظر البلاغيين تأثير نتيجة ضعف في الملكة البلاغية للخطيب أو بسبب عدم المران على طريقة الإلقاء.

ومن هذا أن "قال رجل للعتابي ما البلاغة؟ فقال: كلّ من أفهمك حاجته من غير إعادة ولا حبسة ولا إستعانة فهو بليغ، فقال قد عرفت الإعادة والحبسة فما الإستعانة؟ قال: أن يقول عند مقاطع كلامه: يا هذه ويا هذا، واسمع منّي، واستمع إليّ، وافهم عنّي، أو لست تفهم؟ فهذا كلّه وأشبهه عنّي فساد"[55].

العيوب الصوتية:

قد تكون للخطيب رنّات صوت مزعجة، أو قد لا تكون من القوّة بحيث تسترعي الإنتباه، أو قد يكون للخطيب ضيق تنفّس بحيث لا يستطيع أن يقول كلاما مفيدا من غير أن يقطع النفس بيانه ويفسد عليه إسترساله.

وهذه العيوب يمكن معالجتها إما بالتمّرن على الكلام أو التداوي.

وقد عني قدماء اليونان عناية خاصة بتربية الصوت فجعلوه فنا قائما بذاته، وأصدق مثال على ذلك حال "ديموستين" الذي لم يهدأ له بال حتى علا صوته صوت أمواج البحر.

ويكتب الباحثان ستيوارت وجود فري، عام 1970، عن تحديد الخصائص الفردية للصوت المنطوق، وقد لاحظا في دراستهما أن تقييم مميزات صوت المتحدث أساسية في تفسير الرسالة[56].

الخطيب والرجع:

إذا كان الإتصال الخطابي عملية بنائية تقوم ضمن سلوك تفاعلي يجمع مرسل ومتلقين في إطار سياق إتصالي يشتمل تعامل بواسطة الرسائل فهذا يدفعنا إلى القول أنّ الخطيب في هذه العملية يفكّر قبل أن يلقي خطابه كما أنّ المستقبل يفكّر فيما يصل إليه من معلومات قبل أن يتأثر بها ويستجيب لها.

وهذا يعني أنّ الإتصال الخطابي عملية دائرية الإتجاه تجمع خطيب ومتلقين فاعلين يستجيبون للرسائل ويجيبون عنها كما أنّهم قد يقاطعون الخطيب أثناء كلامه وكلّ هذا يدعى في علم الإتصال بالرجع أو رجع الصدى.

وقد أشار إبن قتيبة في كتابه "عيون الأخبار" إلى ضرورة أن يراعي المتصل أو الخطيب الرجع لدى جمهوره حيث أنّ العملية الإتصالية ذات أركان متكاملة.

وحرص الخطيب على الرجع حسب ابن قتيبة يتمثّل في الإهتمام برسالته وبوضعيّة سامعيه وهذا ما عبّر عنه عبد الله بن مسعود قائلا: "حدّث القوم ما حدّجوك بأبصارهم وأذنوا لك بأسماعهم ولحظوك بأبصارهم، وإذا رأيت منهم نفرة فأمسك"[57].

ممّا سبق يتّضح أنّ الرجع مهمّ جدّا في عملية الإتصال الخطابي فهو يضمن دائرية الإتصال الخطابي وبالتالي تأثير الخطيب في مستمعيه.

ويرى البلاغيون أنّ رجع الصدى في الخطابة يتّم عبر عدّة أوجه هي:

- المقاطعات.
- الأجوبة.

المقاطعة:

من بين المواقف التي تنتظر الخطيب في كلّ خطبة هي مقاطعته من طرف الحضور، وإذا كان من الضروري أن يكون الخطيب رابط الجأش فلكي لا ينبهر ولا ينقطع إذا فاجأه بعض السامعين بما يقطع كلامه أو وجّه إليه كلمة غير لائقة، أو عارضه في رأيه الذي يذكره، فإنّه إذا إنبهر وتلعثم خسر موقفه وضاعت خطبته.

ويرى "شلبي" أنّ بعض هذه المقاطعات يدخل في باب المحاورة[58].

وذلك حين لا يريد من يقاطع الخطيب أن يعترض عليه وإنّما يريد مزيدا من التوضيح أو سؤالا عن شيء غامض.

ومن أمثلة ذلك الخطب رسول الله صلّى الله عليه وسلّم، فقال إنّ الله كتب عليكم الحجّ فحجّوا، قام رجل فقال أكلّ عام يا رسول الله؟ وإستمّر الحوار بينه وبين رسول الله

وقد أسرف السائل حتى أغضب رسول الله [59].

والخطباء الذين تمرّنوا على مثل هذه المواقف يسلكون طرقا عديدة للتخلّص من مثل هذه المحرجات، فأحيانا يستمرّ الخطيب في حديثه كأن لم يوّجه إليه أحد كلاما وأحيانا يوجّه إليه إشارة إستهانة وسخرية وأحيانا يزجره، وأحيانا يجيبه إجابة صريحة مستفيضة وهذا يكون مفيدا جدّا إذا كان في هذه الإجابة ما يزيد الموضوع الذي يتناوله الخطيب شرحا وإبانة[60].

الأجوبة:

يراد بالأجوبة ما يأتي منها على البديهة وبدون رويّة مع إصابة المعنى وإيجاز اللفظ، وهي تذكر مع الخطب وتلحق بها لأنّ الخطيب كما ذكرنا قد يقاطع من معارض له أو متحد وقد يكون الموقف ممّا يحتّم أن تكون ثمّة إجابة، والسكوت عنها يضيّع على المتكلّم فرصته أو يسقطه من إعتبار سامعيه أو يضيّع عليه ما يتطلّبه من إقناع من يخاطبهم.

ويرى "شلبي" أنّ ذكر الأجوبة فيه تدريب للخطيب وإنفتاح للذهن وتوجيه إلى ما ينبغي أن يقال وما يناسب المواقف المختلفة[61] والجواب الحاضر القاطع يتوقف

على الذكاء والجرأة جميعا، ومن فقد الذكاء إرتّج عليه ولم يجد ما يقوله ومن فقد الجرأة تلجلج وإضطرب وإلى جانب هاتين لابدّ من المقدرة الكلامية التي تمكّن الشخص أن يصوغ كلامه تلقائيا وبدون معاناة في عبارة جذّابة وبتعبير الموجز يؤثّر في سامعيه ويكسب ميلهم نحوه.

وقد وصف إبن عبد ربّه هذه الأجوبة بأنّها: «أصعب الكلام كلّه وأعزّه مطلبا وأعظمه مذهبا وأضيقه مسلكا»[62].

وقد وضّح كذلك بأنّه على المجيب أن ينقضّ في لحظة وبكلمات موجزة على ما أعدّه له خصمه، وهذه الإجابة موقوفة على لحظتها، فإن لم توات صاحبها في حينها عدمت فائدتها، والعرب يقولون سرّ الرأي الدّبري وهو الذي يأتي بعد فوات الفرصة.

وعلى المجيب ألاّ يسرع كلّ الإسراع ولا يبطئ، ولكن أهمّ ما يجب: ألاّ يصدم ولا يرتبك أو يظهر كثير إهتمام، فإذا عزّ عليه الجواب السريع أغضى عنه وإستمرّ في كلامه ريثما يجد ما يدفعه له.

ويقول إبن عبد ربّه: "وأحسن الجواب ما كان حاضرا مع إصابة معنى وإيجاز لفظ"[63].

وقيمة هذه الأجوبة أنّها توضّح ما يدحض به المجيب على بديهته مادبّره السائل على رويّته، وقد يبهت المتكلّم الأوّل لهذه الإجابة وقد يتماسك ويظهر تبلّدا حتى لا يخجل أو يضحك السامعين منه.

وإشتهر خطباء قريش بالإجابة المفحمة والردّ السريع على البديهة وقد وصفهم القرآن بأنّهم قوم خصموه وهذه بعض الأمثلة:

قال معاوية مرّة: أيّها النّاس إنّ الله فضّل قريشا بثلاث، قال لنبيّه صلّى الله عليه وسلّم «وأنذر عشيرتك الأقربين" فنحن عشيرته، وقال "وإنّه لذكر لك ولقومك" فنحن قومهن وقال لإيلاف قريش، إيلافهم رحلة الشتاء والصيف فليعبدوا ربّ هذا البيت الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف" ونحن قريش!، فأجابه رجل من الأنصار قائلا على رسلك: إنّ الله يقول وكذّب به قومك وهو الحقّ وأنتم قومه،

ويقول: ولمّا ضرب إبن مريم مثلا إذا قومك منه يصدّون" وأنتم قومه، وقال الرسول صلّى الله عليه وسلّم يا ربّ إنّ قومي إتّخذوا هذا القرآن مهجورا وأنتم قومه: ثلاث بثلاث، ولو زدتم زدنا»[63].

وفي مثال آخر: لقي عثمان بن عفّان علي أبن أبي طالب فأخذ يعاتبه في شيء بلغه عنه فسكت عليّ ولم يقل شيء فقال له عثمان: مالك لا تجيب؟ قال عليّ: ليس لك عندي إلاّ ما تحبّ وليس جوابك إلاّ ما تكره"[63].

هوامش المبحث الثاني

(1) Jaques De Guise, note de cours: La source dans la communication persuasive, departement d information et de communication Eric Le Gallaism 19 mars 1999, universite Laval (document internet)

(2) سعيد إسماعيل صيني، شروط القائم بالإتصال عند المسيحيين والمسلمين: دراسة مقارنة، أطروحة دوكتوراه جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، قسم الإعلام، 1988، ص 28.

(3) محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي: مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية: الخطابة في القرن الأول نموذجا، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(4) أرسطو طاليس، مرجع سبق ذكره، ص 101.

(5) صيني، مرجع سبق ذكره، ص 28.

(6) عبد الواي محمد عبد المحسن، نظرية الأخلاق الإسلامية، عن مجلة الفيصل: مجلة ثقافية شهرية، العدد 283، محرم 1420هـ، أفريل، ماي 2000، دار الفيصل الثقافية، ص 17-21.

(7) أنظر: الإمام محمد أبو زهرة: الخطابة أصولها، تاريخها في أزهر عصورها عند العرب (دار الفكر العربي، بدون تاريخ) ومحفوظ علي: فنّ الخطابة وإعداد الخطيب (الجزائر: مكتبة رحاب، بدون تاريخ).

(8) Jaques De Guise, op cit, p 01

(9) العمري، مرجع سبق ذكره، ص 22.

(10) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

(11) المرجع السابق، ص 52 بتصرف.

(12) أبو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 64.

(13) J. Kenneth, op cit, p 76.

(14) Jaques De Guise, op cit, P 2.

(15) Dell H.Hymes, vers ine competence de la communication: langue et apprentissage des langues (Hatier, Credif, 1984) p 123.

(16) IBID, p 177.

(17) IBID, p 123.

(18) IBID, p 126.

(19) IBID, p 177 (20)IBID, p 126

(21) Roger Bautier, recherches experimentales americaines sur la communication persuasive, Roger Bautier et al Largumentation (Lyon: press universitaire de Lyon, 1981) p 205

(22) Philippe Breton, largumentation dans la communication, 2em ed (Alger: Casbah ed, 1998) p 49

(23) يحي بن حمزة العلوي اليمني، مرجع سبق ذكره، ص 123- 124.

(24) صيني، مرجع سبق ذكره، ص 28

(25) أرسطو طاليس، مرجع سبق ذكره، ص 08

(26) أبو زهرة مرجع سبق ذكره، ص 58

(27) أرسطو طاليس، مرجع سبق ذكره، ص 101

(28) محمد الطاهر درويش، مرجع سبق ذكره، ص 35

(29) شلبي عبد الجليل، مرجع سبق ذكره، ص 35

(30) ديل كارينجي، التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة، ترجمة رمزي تنسي وعطة فهيم صالح، (القاهرة: دار الفكر العربي، بدون تاريخ) ص 21، 22.

(31) J.Keneth, op cit, p 76

(32) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 58

(33) صيني، مرجع سبق ذكره، ص 34

(34) نبيلة أبو خبرة، الإتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر: دراسة نظرية ميدانية، رسالة ماجيستير، معهد علوم الإعلام والإتصال، 1996، ص 75

(35) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ج1، ص 89

(36) المرجع السابق، ص 98

(37) المرجع السابق، ص237

(38) أنظر: محمد الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 26- 36 وأبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 148- 152.

(39) J.Kenneth, op cit, p 155-156.

(40) محمد الطاهر درويش، مرجع سبق ذكره، ص 36

(41) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 52

(42) Jacques De Guise, op cit, p 02.

(43) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 52

(44) المرجع السابق، ص 55.

(45) ابن عبد ربه الأندلسي، مرجع سبق ذكره، ص 365.

(46) شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 39

(47) أبو هلال العسكري، مرجع سبق ذكره، ص 20.

(48) علي محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص 42.

(49) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 56.

◆ **الجاحظ، البيان والتبيين،مرجع سبق ذكره، ج1، ص 50.**

(50) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 5.

(51) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

(52) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 60.

(53) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 11 بتصرف.

(54) أبو هلال العسكري، مرجع سبق ذكره، ص 22.

(55) الحوفي، مرجع سبق ذكره، ص 34.

(56) أبو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 62.

(57) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ج1، ص 104.

(58) شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 138

(59) راجع تفسير الآية "يا أيها الذين آمنوا لا تسألوا عن أشياء إن تبد لكم تسؤكم" في تفسير الطبري.

(60) شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 137.

(61) المرجع السابق، ص 386.

(62) المرجع السابق، ص 386- 387.

(63) المرجع السابق، ص 393.

المبحث الثالث: الوسيلة والأداء الخطابي

إن وسيلة الإتصال هي الشك الذي يتبعه المرسل لتوصيل رسالته إلى الجمهور المستهدف، وأشهر تقسيم لوسائل الإتصال يكون بالإعتماد على العلاقة الحسيّة التي تربط المستقبل مع الوسط "الوسيلة" وتتّسم كلّ وسيلة بمجموعة من الخصائص والمميزات التي تفرّقها عن الأخرى.

وتقسّم وسائل الإتصال إلى:

1. **الوسائل الشفوية:** هي المستعملة في الإتصال الشخصي والجمعي المباشر، وهي الشكل الأول من أشكال الإتصال الإنساني وهي الأكثر إستخداما وشيوعا ومن أمثلة الإتصال الشفهي: الخطابة، المناظرة والمؤتمر.
2. **الوسائل المطبوعة:** وهي تلك الوسائل الناتجة عن إستعمال الطباعة، القارئ في هذه الحالة يتحكم في أسلوب التلقّي وزمن التلقي أيضا، بعض المواضع يصلح لها الإتصال المكتوب أكثر نظرا لمحتواها المعقدّ والمتشابك والمطوّل، وأهمية المطبوع تزداد مع مختلف التحسينات والتطورات التي تشهدها كالصّور الملونة والإرسال للمنتوج المطبوع عبر وسائل متطورة جدّا.
3. **الوسائل البصرية:** وهي تلك الوسائل التي تستخدم فيها حاسة النظر ومنها اللافتات والمعارض والملصقات.
4. **الوسائل السمعية:** كما يدّل عليها إسمها تستخدم أساسا عملية السمع مثل الإذاعة والأشرطة السمعية، والإذاعة هي أشهر هذه الوسائل لأنها تختزل المسافات وتتجاوز عائق الأميّة كما أنّها تستخدم حاسة واحدة.
5. **الوسائل السمعية البصرية:** التي تجمع بين الصوت والصورة أي بين حاستي السمع والبصر مثل المسرح والتلفزة والسينما والفيديو والرسائل المرسلة عن طريق هذه الوسيلة الموجهة لفئات متباينة إقتصاديا وإجتماعيا وثقافيا[1].

وهناك تقسيم آخر لوسائل الإتصال يميّز بين نوعين من الوسائل هما وسائل الإتصال الجماهرية من جهة والمتمثلة في الوسائل المطبوعة، السمعية والسمعية البصرية، ووسائل الإتصال الشفهية من جهة أخرى والمعتمدة على المباشرة والمواجهة.

إلى جانب هذا التقسيم الوصفي لوسائل الإتصال هناك إختلافات تفرّق هذه الوسائل عن بعضها البعض.

فوسائل الإتصال الجماهيري يتجه بواسطتها الإتصال في نفس الوقت إلى مجموعات ضخمة وغير متجانسة من الجمهور المستهدف دون أن يكون هناك نوع من المواجهة مثل التلفزيون.

أما وسائل الإتصال الشفهية فيتجّه الإتصال من خلالها إلى الأفراد والجماعات المستهدفة بطريقة مباشرة بحيث يلتقي فيها المرسل بالأفراد وجها لوجه.

والإشكال الذي يطرح لدى القائمين بالإتصال الهادفين إلى الإقناع يتمثل في إختيار الوسيلة، فبعدما يحضّر المرسل رسالته الإقناعية، يفكر فيما بعد في إختيار الوسيلة المناسبة لأتصال رسالته.

فهل تستوجب طبيعة رسالته الحضور الشخصي أخر إستعمال وسائل أخرى؟

وإعتبر كل من Peterson و Thurstoni عام 1933 بأنّ "الإختيار المحكم للوسيلة هو جزء لا يستهان به في نجاح العملية الإتصالية"[2].

ويبيّن Golstein في كتابه[3] la structure de lorganisme في سنة 1951 أنّه يوجد بين المرسل والمتلقي مجموعة من الرسائل تمثّل مضمون الإتصال والتي تتخلّل مختلف القنوات، فكلّ حاسّة من حواسنا الخمس تعتبر نقطة وصول للإتصال، ففي كثير من الأحيان نتحدّث عن البصر وعن السمع كحاستين أساسيتين ولديهما أهمية وأولوية أكثر من الحواس الأخرى وذلك لكون الإتصال الشفهي يلازم حاسة السمع التي تلتقط الرسائل.

وقد أكدت دراسات الإتصال الحديثة أن الإختيار العشوائي لوسائل الإعلام قد لا يؤدي إلى تغيير في مواقف وأفعال الناس، وإنتقاء الوسيلة المناسبة لا بدّ أن يتلاءم مع الزمن والظروف العامة للجمهور المتلقي[4] فكلما كانت الرسالة المختارة تشبه طريقة الإتصال المواجهي (وجها لوجه) كلما كانت الرسالة المقدمة عن طريقها أكثر إقناعا.

فبالرغم من أنّ الوسائل الشفهية تعتبر من الوسائل التقليدية لقدمها فإنّها من

أقوى الوسائل تأثيرا لمقدرتها الكبيرة على الإقناع، فالمستمع لا يستطيع التحوّل عمن يتحدث إليه، وهذا يساعد على تركيز الإنتباه بخلاف الوسائل الحديثة من راديو وتلفزيون، حيث أنّه يتطور وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة منها الراديو والتلفزيون ظهر مشكل الإتصال الإجتماعي المسيطر على العالم فانتقل العالم من الإتصال التقليدي إلى إتصال الحديث التي تسيطر عليه التكنولوجيا، فتطوّرت الوسائل وتراجعت الفعالية.

والملاحظ أنّ البصر التلفزيوني le visuel مختلف عن البصر القديم فهو يصدر عن الصور الفيلمية أي بمعنى الصور المتحركة والتي ترفقها موسيقى وكلام وتشويش فالتلفزيون اليوم يشاهد ويسمع في نفس الوقت فإذا أنقطع الصوت فقد المحتوى معناه.

فالفرق الموجود بين الوسائل الحديثة والقديمة أنه فيما يخص التلفزيون فالمرسل أو المقدم يقوم بدور الوساطة بين الجمهور والصور، فالمقدم هو الممثل وهذا مايجعل عملية الإقناع تتغير لأن الممثل ليس هو الذي يقوم بإعداد الرسالة، فالمصداقية التي يحاول أن يتحصل عليها تتعلق بالدور الذي يقوم به وليس مصداقية الرسالة[5] .

أما بالنسبة للإتصال الشفهي القديم وعلى وجه الخصوص الخطابة فقد أثبتت الدراسات[6] أنّ لقدرة الخطيب شأنا كبيرا في هذا المجال إذ باتت طاعته السيطرة على عقول وعواطف مستمعيه إذ أوتي بيانا وافيا وفكرا بينا مما يكسبه مصداقية وثقة مستمعيه فيه وما يجسد ذلك هو حضوره وتفاعله مع المخاطبين الذين يرونه ويستمعون إليه وهو حاضر يواجههم برسالته الخطابية ذات الأساليب الإقناعية الفعالة.

ولا شك بأن انفعال المتحدث وتأثيره بما يقول ينعكس على مستمعيه مما يصهر الجميع في جو إنفعالي مؤثر قد يؤثر ثماره بشرط أن يكون للعقل مكان جيد في هذا الإنفعال، ويزداد تأثير هذا العامل على العامة الذين لا يتمتعون بمستوى ثقافي كبير، وهذا ما يفسر القبول الكبير الذي تلاقيه خطب المشاهير من القادة

والزعماء.

والوسائل الشفهية توفر بطبيعتها مشاركة كل من طرفي الرسالة (المرسل والمستقبل) إذ باستطاعة الطرف الأول أن يعرف ردود الفعل لدى مستمعيه في نفس اللحظة بتفرسه في وجوههم ومن هنا يستطيع تدارك النقص فقد يتبين له أن الملل قد تسرّب إلى نفوسهم نتيجة الإطالة أو أن بعضهم قد انصرف عنه لعدم وضوح الأفكار فيعمد إلى الإختصار أو إلى توضيح الأفكار بشرحها وضرب الأمثلة المختلفة عليها ومن الممكن أن يعدّل عن الفكرة كلّها إذا لاحظ عدم دقتها أو عدم مناسبتها للمقام(6).

أما الطرف الثاني وهو المستقبل فباستطاعته أن يناقش المتحدث فيبدي رأيا مخالفا له أو يستفسر عمّا أشكل أو غمض عليه وهنا يتحقق ما يسمّى يرجع الصدى بدون بذل جهد من قبل المرسل(7).

والإتصال عبر الوسائل الشفهية يتم بالإضافة إلى ما سبق بصورة مبسّطة بعيدة عن الروتين الإعلامي المعقد فهو لا يحتاج لإستعمال آلة التصوير، أو المهندسين الذين يؤمنون وصول الصوت للمذياع أو الصورة مع الصوت للتلفزيون وبذلك نتجنّب مراسم الإعلم وتقترب من البساطة وهذا يؤدي بطبيعة الحال إلى مزيد من التعاطف بين المرسل والمستقبل.

فإذا كان هذا هو حال وسائل الإتصال الشفهي فإن هناك قراءات متباينة لدور هذه الوسائل في إنتاج الرسالة الإعلامية.

وفي هذا يقول «إدوارد واكين»(8) أن هناك فرق بين أن يقرأ الموضوع الواحد في جريدة أو مجلة أو كتاب أو أن نشاهده في السنما أو على شاشة التلفزيون أو أن نسمعه من الراديو أو حتى أن نتلقاه مباشرة مشافهة، فوسائل الإتصال ليست وسائل سلبية في نقل الرسائل، كما أنها ليست صناديق فارغة محشوة بالمواد التي منها تتألف، فحوى الوسيلة يتغير الناقل، ومعنى إختلاف المعالجة أن الرسالة الفعلية التي يتلقاها الجمهور تختلف وتتفاوت.

وهذا يفسر قول "مارشال ماكلوهان" أنّ الوسيلة هي الرسالة(9) وذلك لأن

كل وسيلة من وسائل الإتصال لها تأثير معين على ما ينقل بواسطتها، وأمّا القول بأنّ رسالة ما تؤدي بذاتها وبتمامها من الوسائل المختلفة فهو غير صحيح لأن الرسالة تختلف بإختلاف الوسيلة ولكل وسيلة من وسائل الإتصال أسلوبها الخاص في تنظيم نحواها وفي نقله وتوصيله.

وكل وسيلة هي لغة من اللّغات تستخدم رموزا مميزة في توصيل رسائلها إلى الجمهور.

وعلى هذا فلا يمكننا أن نحدد أهمية وسيلة الإتصال إلا إذا تعرفنا على أهميتها ودورها في خدمة المجتمع الذي تعمل فيه[10].

و"مارشال ماكلوهان" انطلاقا من مبدئه الذي يرى فيه أن الرسالة هي الوسيلة أو الوسيلة هي الرسالة يقسم التاريخ الإنساني إنطلاقا من خصوصيات الوسيلة السائدة إلى أربع مراحل:

1. المرحلة الشفوية كلية وهي مرحلة ما قبل التعلم أي المرحلة القبليّة (القبيلة).
2. مرحلة كتابة النسخ التي ظهرت مع الشاعر «هوميروس» في اليونان القديمة واستمرت 2000 سنة.
3. مرحلة الطباعة من 1500 م إلى حوالي 1900.
4. مرحلة وسائل الإتصال الإلكترونية وتبدأ من حوالي سنة 1900 الى وقتنا الحالي [10].

ويلاحظ «مارشال ماكلوهان» أنّ طبيعة وسائل الإتصال المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر ما تساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل، ويرى أيضا أن التغيّر الأساسي في التطوّر الحضاري منذ أن تعلم الإنسان أن يتصل كان من الإتصال الشفهي إلى الإتصال السطري المطبوع ثم الإتصال الشفهي الإلكتروني مرة أخرى.

ولكن من حيث الإمتداد الزمني يلاحظ أنّه بينما إستغرق التغيير من الشفهي إلى السطري قرونا تم الرجوع مرة أخرى إلى الشفهي في حياة الفرد الواحد.

وإنطلاقا من ذلك فإن الإتصال الشفهي يحتل مكانة هامة لفعاليته

وإمكاناته التأثرية بالإضافة إلى قدراته الكبيرة في الإقناع وهذا ما جعل العلم ينتقل مرّة أخرى إلى الشفهية في الإتصال حتى ولو كان إلكترونيا.

والإتصال الخطابي واحد من المجالات التي تقوم على المشافهة في تبليغ الرسالة الخطابية، وهذا يدلّ على قدرات هذا المجال الإقناعية وأساليبه الفعالة في التأثير على المخاطبين، ولكن السؤال الذي يطرح نفسه الآن ما هو سر الإقناع في وسيلة الإتصال الشفهية؟

ويرى MEHRABIAN[11] في هذا الإطار أن الرسالة لا يتم تبليغها بواسطة الوسائل اللفظية وحسب وإنّما أيضا بواسطة إجراءات غير لفظية، مثل الفضاء والوضعة والحركات أو نغمة الصوت، بشكل عام يكون المخاطب أكثر إقناعا كلمّا تكلّم بوجه معبّر مستعملا الإبتسامات وإيماءات الرأس وإتصال العيون والحركات وبعين التعبيرات الجسديّة.

وقد أشرنا في الفصول الأولى لهذه الدراسة إلى أن الكتاب القدامى تحدثوا عن عدة وسائل فعالة للاتصال ميزت العصور التي إنتموا إليها.

ولقد كان "الجاحظ" في مقدمة من تحدثوا عن هذه الوسائل فحدّد في كتابه "البيان والتبيين" خمس وسائل الإتصال هي:

1. وسيلة اللسان
2. وسيلة القلم (الكتاب، الخط).
3. وسيلة الإشارة.
4. العقد.
5. وسيلة النصبة «دلالة الهيئة».

وقد أشار إلى أنّ كل وسيلة من الوسائل تقدّم رسائلها إلى متلق خاص[12] فقد جعل "الجاحظ" وسيلة اللسان التي رسالتها اللفظ للسامع، وجعل وسيلة الجسد التي رسالتها الإشارة للناظر والعقد للناظر واللامس وجعل وسيلة القلم التي رسالتها الخط لمن غاب عن إستقبال تلك الوسائل، والتي تظل وسيلة لحفظ الرسالة تحميها من النسيان والفقدان.

وقدّم لنا "الجاحظ" تفصيلا لخصائص بعض تلك الوسائل، وسوف نركز

على وسيلتي اللسان والإشارة لأنهما المحدّدتان للإتصال الشفهي والخطابي.

وسيلة اللسان

يرى الجاحظ أنّ "وسيلة اللسان ضرورية لأنها الوسيلة للتعبير عن أقرب الحاجات وهي حاجة دائمة وأكيدة وراهنة وثابتة، فهي وسيلة التعبير في الحضور"[13].

وإذا كان لوسيلة اللسان هذه المكانة لدى "الجاحظ" فهو يقوم بتقديم تصور عن عمل هذه الوسيلة لتنتج لنا رسائلها ، كما يرى أن وسيلة الإتصال الشفهية هذه تتقدم على غيرها "فلذلك قدّموا اللسان على القلم"[14].

وقد أثبتت اللسانيات الحديثة عددا من الحقائق المتصلة باللسان، صار الكثير منها اليوم من المسلمات ومن بين هذه الخصائص:

أنّ اللسان آداة للتبليغ والتخاطب حيث أنّه بعملية التبليغ تتبلور وتتجدد الأفكار والمعاني.

كما أكدّت كذلك أن اللسان ظاهرة إجتماعية ومعنى ذلك أن اللّسان "مجموعة من الدوال يتواضع عليها المستعملون"[15].

ومن هذا المنطلق يتضح ما لهذه الوسيلة الشفهية من فوائد خلال الإتصال المواجهي بين الأفراد على اعتبار أنها تعتمد على الوضع والإستعمال المشترك للغة بين كلّ من الخطيب والمخاطبين.

فإذا كان الوضع (le code) يعني أن اللغة مجموعة منسجمة من الدوال والمدلولات ذات بنية عامة ثم بنى جزئية تندرج فيها، فإنّ الإستعمال هو كيفية إجراء المتخاطبين لهذا الوضع في واقع الخطاب[16].

وعلى هذا الأساس ولو حاولنا أن نترجم ما قدمه "الجاحظ" بلغة علم الإتصال اليوم لوجدنا أنه يتحدث عن نظرية عامة للكلام شمل فيها التخاطب بين الأفراد بصفة عامة والخطابة على وجه الخصوص نوع من أنواع الإتصال المباشر الذي يتمّ بين الأفراد مواجهة.

ولقد قسم "الجاحظ" هذا النوع من الإتصال حسب الوسائل المستخدمة فيه،

فجعل للإتصال المباشر الذي يقوم على الكلام والألفاظ وسيلة هي اللسان وجعل للإتصال غير اللفظي وسيلة أخرى هي الإشارة.

واعتبر أن الإشارة ملازمة للسان، وهنا تأكيد من طرفه على ما للإشارات من أهمية كوسيلة إتصال تقوم بمساعدة اللسان في أداء معان لا يؤديها وحده وسنتحدث عن الإشارة عندما نتطرق إلى الأداء الخطابي.

الأداء الخطابي:

نقصد بالأداء الخطابي طرق آداء الخطبة والحال التي يكون عليها الخطيب في عملية الإتصال الشفهي الخطابي أثناء إتصاله بجمهور المتلقين.

فإلقاء الخطبة الخطبة بما يليق بها من حسن اللفظ وموافقة الصوت وحركات الجسم- كوسائل إتصال تساعد على إحداث الإقناع- له شأن عظيم في الخطابة لأنه بحسن الأداء ينقل الخطيب إلى المتلقي مشاعره ويحرك أهواءه ويجذبه إلى حيث يقصد من الغاية.

ويتضمن الأداء الخطابي "طرق تحضير الخطبة ومواضع الإتصال فيها والوقفة الخطابية والنطق الحسن الذي يليق بالخطابة بالإضافة إلى الصوت والإشارات"[17] فلكل عنصر من هذه العناصر أثر كبير في التأثير في نفوس السامعين وحملهم إلى تغيير سلوكاتهم بتغيير مواقفهم.

ويقول "علي محفوظ" في هذا السياق "الخطبة دون جودة الأداء شجرة غير مثمرة وجسم لا روح فيه"[18].

وبالتالي فإنّه من أجل توفر الأداء الحسن الذي يوصل إلى المقصود والهدف من الخطبة لابد من توفر عدة عناصر هي:

التهيئة:

التهيئة تعني أن "يحضّر الخطيب ويعد خطبته إعدادا يستطيع من خلاله أن يصل إلى قلوب السامعين" وتكون تهيئة الخطيب لخطبته وتحضيرها بناء على عدّة عوامل سواءا كانت متعلقة بالموضوع، أو بالخطيب أو المتلقي ويرى "أبو زهرة" أنه إذا كانت معلومات الخطيب في الموضوع الذي هو بصدد القول فيه لا تسمح له بالقول

على البداهة حيث أنه إذا تكلم قد يكون كلامه ناقصا لا يجذب ولا يؤثر "إستلزم أن يدرس الموضوع من كل نواحيه درسا عميقا ليستطيع أن يدلي فيه بحجته ليصيب هدفه من خطبته"[19].

فكلما حضر الخطيب موضوعه وتيقن مما يقوله ورتبه ترتيبا سليما ليستوعبه السامعون، كلما كان تأثيره أكبر وإقناعه أعظم بحيث يتوفر ثبات القول واختيار أجود الألفاظ للمعاني.

ويعمد الخطيب إلى التحضير أيضا إذا كان "يخطب أمام جمهور ينتظرون هفواته ويتبعونها بإمعان وإحصاء ويحاسبونه عليها حسابا عسيرا"[19].

فإذا كان الخطيب أمام هذا النوع من المتلقي وجب عليه أن يكون متحققا مما يقول فلا يسقط إن حاولوا أن يحرجوه ولا يعترولا يزل ولذلك كان أكثر خطباء اليونان يهيئون خطبهم قبل إلقائها ولا يجرؤ واحد منهم مهما تكن ثقته بنفسه قوية، ومهما يكن معروفا بالبيان على الوقوف من غير تحضير مسبق وإلمام بما يقول خشية أن يأخذ عليه النقاء شيئا أو يسقط بين أيديهم سقطة تذهب ما يدعو إليه[20].

ويرى "أبو زهرة" في ذات السياق أن "الذي يتعرض للخطبة من غير سابق تحضير ولا تهيئة، ولم يكن ذا إلمام سابق بالموضوع يجيء كلامه ضعيفا في معناه ومبناه.

وذلك لأنّ تهيئة الخطبة وتحضرها ضرورة من ضرورات الموقف الذي قد يجد الخطيب نفسه فيه دون أن يتصوره فإذا كانت خطبته محضّرة لا يتلعثم أما إذا كانت مرتجلة فقد تضيع معاني الخطبة.

فالخطيب المؤثر هو من يفكر طويلا فيما يعتزم قوله وقتا بعد آخر.

ويذكر "أبو زهرة" أنّ الطريقة المثلى التي ينجح فيها طالب الخطابة هي أن "يبتدئ بكتابة الخطبة وحفظها وإلقائها كما حفظ ثم يأخذ نفسه بالتغيير شيئا فشيئا فيما حفظ حتى إذا تمرس في الخطابة وتقدم في المران عليها، كتب الخطبة وعني بأن تعلق كل معانيها بقلبه وأكثر ألفاظها بذاكرته ثم يتقدم لإلقائها وقد تحصن بذلك التحضير، فإذا صارت له الخطابة ملكة وعدّ في صفوف الخطباء

اكتفى بدراسة الموضوع دراسة وافية، ثم كتب العناصر أو لم يكتبها إن أسعفته ذاكرة قويّة، أو كانت الخطبة قصيرة لا عناصر لها، ألقى الخطبة مكتفيا بذلك التحضير الذي يعد أقل أنواعه كلفة، ولا يكتفي به إلا أعظم الخطباء قدرة"[21]

وهكذا نرى أن التحضير وسيلة من الوسائل المساعدة على الأداء الخطابي الجيد الذي يعتبر بدوره من الوسائل المساعدة على التأثير والإقناع في الإتصال الشفهي المواجهي.

الإرتجال:

إذا كنّا فيما سبق أوجبنا التحضير والتهيئة، فليس معنى ذلك أنّ الخطيب لا يحتاج إلى الإرتجال إذ القدرة على الإرتجال من الصفات التي يستوجب أن تكون لازمة للخطيب، ويرى "أبو زهرة" أنّه لا يعدّ الخطيب في صف الخطباء الممتازين إلا إذا كان من القادرين على الإرتجال والقدرة على الإرتجال تتمثل في "الإلقاء الذي لا يستطيع الفرد المتلقي أن يفرّق عند سماعه الخطبة بين الأسلوب المرتجل وأسلوب الخطبة المحضر"[21].

وحاجة الخطيب إلى الإرتجال واضحة فقد يحضر الخطيب خطبته ثم يرى من وجوه السامعين وحالهم ما يحمله على إتجاه آخر، فإذا لم يرتجل ولم تكن بديهته حاضرة ضاع ما يدعو إليه وسخر منه المتلقين.

وكان العرب أيام إزدهار الخطابة فيهم من أقوى الناس على الإرتجال، وقال "الجاحظ" في وصفهم، "وكل شيء للعرب فهو بديهة وإرتجال وكأنه إلهام وليست هناك معاناة ولامكابدة ولا إجالة فكر وإنما هو يصرف همه إلى الكلام فتأتيه المعاني إرسالا وتنثال عليه الألفاظ إنثيالا"[22].

ويرى «أبو زهرة» أنّ تربية صفة الإرتجال تتأتى من:

1. سماع الخطباء المرتجلين الممتازين لأن السماع يحفز من عنده إستعداد الكلام إليه، ولأن فكل البشر يتغذى بالتقليد والمحاكاة.
2. وبأن يأخذ نفسه من وقت لآخر بالكلام مرتجلا ويعتبر الجماعات ويتقدم إلى القول ليفك عقدة لسانه ويزيد حبسة الحياء.

3. ويرى "موريس آجام" أن تمرين مريد الخطابة على الإرتجال بأن يتكلم كل صباح في موضوع من الموضوعات لنفسه ولو ربع ساعة فيتمرن جرسه وصوته.
4. ومن أمثل الطرق أن يجتهد في ألا يخطب من ورق وأن يعرف ملخص ما يقول بعد تحضيره، فإذا دأب على ذلك وواتته فطرة قوية وإستعداد قويم، قوى على القول على البديهة من غير تحضير عند الإقتضاء.
5. وعلى مريد الخطابة أن يستصحب رفيقا له يدله على عيوبه كما أنّ عليه أن يراقب نفسه مراقبة تامة ويأخذ نفسه بالإصلاح ولايترك عادة لا تستحسن تثبت وتنمو وعليه ألاّ يتقيد بعبارات خاصة، وإلا أثار سخريّة الناس ومكن خصومه من العبث بسمعته البيانية[23].

وعلى هذا يلعب الإرتجال دورا أساسيا في الموقف الخطابي الذي قد يكون محرجا بالنسبة للخطيب غير حاضر البديهة ولهذا وجب على الخطباء التدرّب على ذلك بغرض التغلّب من المواقف الحرجة التي تعتبر عائقا يمنع التأثير والإقناع.

النطق:

النطق الحسن هو الدعامة الأولى للإلقاء الجيّد فيه تصل المعاني إلى قلوب السامعين وعقولهم، أما إذا ما إعترى النطق ما يفسده، ضاع الإلقاء فضاعت معه الخطبة وأثرها، فكثيرا ما يفهم المعنى على غير وجهه لأن النطق قلبه، ولم يصوره تصويرا صادقا.

والنطق الجيد في الإتصال الخطابي يحتاج إلى عناصر أربعة لابد من توفّرها هي:

1. **تجويد النطق:** يكون بإخراج الحروف من مخارجها الصحيحة فلا ينطق بالثاء سينا ولابالذال زايا... إلخ والعناية بنطق الحروف معناه أن ينطق الخطيب بالحرف من مخرجه من غير تكلف ولا تشادق ولا توّعر بل في يسر ورفق وسهولة.
2. **مجانبة اللّحن وتحرّي عدم الوقوع فيه:** يجب أن يعتني الخطيب بتصحيح الكلام الذي ينطق به وملاحظته في مفرداته وعباراته فيلاحظ بنية الكلمات ملاحظة تامة، فلا ينطق بغير ما توجبه قواعد النحو في آخر الكلمات فإن ذلك يفسد

المعنى وقد يقبله، كذلك فإن بعض الهفات الصغيرة إذا كثرت في الخطبة أحدثت تأثيرا سلبيا لها وأفسدت تأثير المعاني المحكمة.

3. **تصوير النطق للمعاني تصويرا صادقا**: بأن يعطي الخطيب كل كلمة وكل عبارة حقها، ويظهرها بشكل تتميز به عن سواها، فالجملة المؤكدة ينطقها بشكل يدل على التوكيد في النغم كما دلّ والجمل الإستفهامية ينطق بها بشكل يتبيّن منه الإستفهام والمراد منه في طريق النطق كما دلّ عليه بالأداة الدالة على الإستفهام.
4. **التمهّل في الإلقاء**: هو من ألزم الأمور للخطيب وذلك لأنّه يجعل الصوت يسري إلى السامعين جميعا بأيسر مجهود متناسب مع المكان والعدد.

وقد قال أبو هلال العسكري في هذا : "وعلامة سكون الخطيب ورباطة جاشة هدوءه في كلامه وتمهله في منطقه"[24] وذلك لأنّ النطق السريع المتعجّل ينتج عنه تشويه المخارج وخلط الحروف بعضها ببعض، كما أنّ الإسراع المفرط في الكلام يجعل الخطيب يهمل الوقوف عند المقاطع الحسنة و المقاطع لها أثر كبير في التأثير في السامعين، كما أن الخطيب السريع في نطقه لايعطي السامع الفرصة الكافية لفهم مايسمع وتذوق ما فيه من صقل اللفظ وجودة المعنى وحسن الخيال.

والتمهل ليس معناه أن يكون النطق هادئا هدوءا تاما فتعدم في الخطبة الحياة والقوة، بل يجب أن يكون في نغمات الصوت ورناته وملامح الخطيب ونظراته والتغيير النسبي في التمهل والسرعة، ما يعطي الخطبة الحرارة والقوة والحياة.

الصوت:

للصوت في الخطابة التأثير الأكبر في حسن وقع الكلام لأنّه المترجم عن مقاصد الخطيب والكاشف عن أغراضه لمصاحبته للألفاظ[25] ذلك لأن الألفاظ والأصوات تتعاونان في الدلالة على المعاني النفسية.

فألفاظ التألم والحزن إذا جاءت من متألم وأشترك صوت متأثر بالآلام مع اللفظ آثارت في السامع خواطر الأسى ومواضع الحزن، لذلك وجب على الخطيب أن يروّض نفسه على تصوير المعاني وأن يجعل من نغمات صوته وإرتفاعه وإنخفاضه

دلالات أخرى فوق دلالة الألفاظ وليعمل على أن يكون صوته ناقلا صادق النقل لمشاعره، وليمرنه التمرين الكافي على أن يكون حاكيا صادق الحكاية لمعاني الوجدان: "وليعلم أنّه لاشيء كالصوت يعطي الألفاظ قوة حياة، وأنّه إذا أحسن إستخدامه خلق به جوا عاطفيا يتجذب نحو السامعين"[26].

وقد قدّم أبو زهرة وصايا لمريد الخطابة تتمثل في:

أولهما: أن يجعل صوته مناسبا لسعة المكان ولعدد السامعين فلا ينخفض حتى يصير في آذانهم همسا ويعلو حتى يكون صياحا بل يكون بين هذا وذاك، وبين المرتبتين متّسع لفنون القول ودرجات الكلام وأنواعه وغاياته.

ثانيهما: ألا يجعل صوته نمطيا يكون على وتيرة واحدة وبشكل واحد لاتغير فيه ولاتبديل فإن ذلك يلقي في نفس السامع سآمة ومللا وراءهما النفور والإنصراف.

وسيلة الإشارة:

الإشارة هي وسيلة الإتصال غير اللفظي المصاحب للخطابة ويطلق عليها أحيانا اللغة الصامتة Silent language ورأى الجاحظ أن هناك أنواعا من الإشارات مثل الإشارة باليد ورفع الحواجب وكسر الأجفان وليّ الشفاه... إلخ[27].

ويرى Randall HARRISSON أنّ الإتصال غير اللفظي ينطبق "على ظاهرة ذات مدى واسع إذتشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية والعنف... إلخ"[28].

وكان البلاغيون القدامى يرون أن الإتصال غير اللفظي كالتمثيل بحركة الأصابع هو نوع من القول أي أنّه في مستوى الإتصال اللفظي نفسه ويحقّق وظيفته ولعلّ احديث النبوي الشريف التالي خير مثال على ذلك، فعن سهل بن سعد رضي الله عنه عن النبي قال: أنا وكافل اليتم في الجنّة هكذا وقال بإصبعيه السبابة والوسطى"[29].

ويلفت النظر في هذا الحديث ماجاء فيه "وقال بإصبعيه" إذا إعتبر الإتصال بالإشارة قولا.

ويتحدّث الجاحظ عن الإشارة باليد ويعتبر ذلك من أفضال اليد ويرى أن

الإشارة باليد مكمّلة للإتصال الشفهي، وكما يرى أن "الكتابة تختلف من هذه الناحية عن اللفظ بأن الكتاب لايحتاج إلى غيره كالإشارة بينما يستعين بيان اللسان بالإشارة"[30].

وقد تحدث الجاحظ عن الإشارة بإسهاب وفي مواضع كثيرة حيث قال:

قال: «في الإشارة بالطرف والحاجب وغير ذلك من الجوارح مرفق كبير ومعونة حاضرة في أمور يسترها بعض الناس من بعض ويخفونها من الجلسين وغير الجليس»[31].

ويورد لنا الجاحظ قصة خطيب يدعى أبوسمر كان كالصخرة حين يتكلم لايستخدم الإشارة وقد عيب عليه ذلك[32].

كما أوضح الجاحظ أن حسن الإشارة باليد والرأس من تمام حسن البيان باللسان مع الذي يكون مع الإشارة.

بين الإتصال اللفظي والإتصال غير اللفظي:

يرى كثير من الباحثين أن الإتصال اللفظي والإتصال غير اللفظي يجب أن ينظر إليهما كوحدة غير قابلة للإنفصال.

ويقول Bird WHISTELL «قادني بحثي الخاص إلى نقطة وهي أنني لست بعد هذا راغبا في سّمية كلّ من الأنظمة اللغوية والإشارة kinesic أنظمة إتصال فإنّ كلّ البيانات التي بدت تظهر لي بأنها تؤيّد القناعة بأن اللغوية والإشارية هي أنظمة إتصالية أساسية وأن إنبثاق النظام الإتصالي يمكن تحقيقه من خلال علاقتهما المتداخلة، ومع أنظمة مقارنة من نماذج حسية modalites sensory»[33].

ويقدم لنا Mark KNAPP المهام التي تؤديها السلوك الإتصالي غير اللفظي من خلال علاقته بالسلوك الفظي سلبا أو إيجابا وهذه المهام هي:

- **الإعادة (التكرار)**: حيث يقوم الإتصال غير اللفظي بإعادة ما قلناه لفظيا ومثال ذلك حينما تقول لشخص عن وجود شيء ما "هنا" ثمّ تشير إلى موضعه.
- **التناقض**: يمكن للسلوك غير اللفظي أن يناقض السلوك اللفظي وأمثلة ذلك

كثيرة، مثل المدير الذي يطلب من موّظفه أن يحضر له أوراقا معينة أمام زبون ثمّ يقوم بإعطائه إشارة من عينه بألاّ يحضرها، ويعود الموظف إلى مديره ليقول له أن الأوراق غير موجودة والموظف في هذه الحالة تلقى رسالتين الأولى لفظية والثانية غير لفظية والتي كانت أكثر تصديقا وثقة بالنسبة للموظّف.

- **البديل:** يمكن للإتصال غير اللفظي أن يكون بديلا للإتصال اللفظي، فتعبيرات الوجه أحيانا تغني عن الإتصال اللفظي.
- **مكمّل:** يمكن للإتصال غير اللفظي أن يكون مكمّلاً أو معّدلا للرسائل اللفظية مثل الإبتسامة بعد أن تطلب شيئا من شخص، أو مثل أن تضرب المنضدة بعد أن تتفوّه بعبارة ما.
- **التأكيد:** ويتمّ ذلك باستخدام الإتصال غير اللفظي للتأكيد على الرسائل اللفظية الكلامية مثال ذلك أن يقوم الشخص بالتركيز صوتيا على كلمات معينة أثناء حديثه ليؤكد أهميتها، وقد يصاحب ذلك تعبيرات الوجه الدّالة على التأكيد على الرسالة التي يريدها.
- **التنظيم:** يمكن للإتصال غير اللفظي أن يقوم بتنظيم وربط الإتصال بين المشاركين، ومثال ذلك حركة الرأس والعينين أو تغيير المكان إلى مكان آخر، أو إعطاء إشارة للشخص ليكمل الحديث أو يتوقف عنه، وكلّها تعتبر وظائف تنظيمية يقوم بها الإتصال غير اللفظي(34).

هذا وقد أدرك الجاحظ بعض وظائف الإتصال غير اللفظي حينما أوضح أن الإشارات تحقق ما يلي:

1. معاونة اللفظ للتعبير عن المعاني.
2. التعبير عن معان لايستطيع المرء معها إستخدام اللفظ.
3. التعبير عن الإستجابات العاطفية(35).

الوسيلة والإقناع:

إنّ قوّة أي وسيلة إتصال تظهر إنطلاقا من إمكانياتها تجاه الأفراد المستعدون للتعرض لها من خلال المدّة الزمنية المستغرقة للإستماع أو لمشاهدة ما

تعرضه هذه الوسيلة أو تلك، فالإمكانيات التي توفرها الوسيلة هي ما يعتقد المرسل أنها في متناوله أمّا التوفرية فهي ما يقدّمه المتلقي إلى الإتصال الموجه له في مدّة زمنية معينة.

من هنا نصل إلى القول أن عملية الإقناع تتمثل في إختيار الوسائل التي تتناسب وتتلائم مع الهدف المرجو الوصول إليه وإستعمالها بطريقة تجذب إنتباه المستقبل والتي تمكنه من دفع زمن معيّن من وقته للتّرض لها. فلذلك يجب تفادي خطرين أساسيين:

الأول: خاص بالنقص الذي قد تعاني منه الوسائل المستعملة والتي تجعل المستقبل لايتقبّل كلّ الوسائل بأكملها كأخطاء النطق أو الصوت مثلا.

الثاني: الخاص بارتفاع عدد الرسائل التي لاتصل إلى الجمهور المستهدف ويلاحظ الخطر في كل أشكال الإتصال عندما يكون التعبير غير مركّز على الهدف المرجو الوصول إليه، فهذا الخطر يكمن في القولة التالية: "من يفرط في الإقناع ويكثر منه لايبرهن على شيء" ففاعلية الإتصال الخطابي تتواجد في قطبين:

قطب خاص بالتجديد وقطب آخر متعلّق بالتكرار، فالتوازن بين هذين القطبين هو الذي يحدّد إحتمال فشل أو نجاح الرسالة الموجهة إلى الجمهور، والمواجهة كشكل إتصالي تقوم عليه الخطابة يعزّز عملية الإقناع وذلك على إعتبار الإمكانيات التي تتوفر عليها هذه الوسيلة القائمة على الإلقاء المباشر الذي يزيد من قدرة الإستمالة والتأثير ممّا يؤدي إلى تغيير المواقف والإتجاهات.

وهو رأي "محمد موفق الغلاييني" كذلك حيث يذهب إلى القول أن الإتصال المواجهي الذي يستعمل الوسائل الشفهية يعتبر من أقوى أشكال الإتصال تأثيرا لمقدرته الكبرى على الإقناع، وذلك لأنّ المستمع في الإتصال المواجهي لايستطيع التحوّل عمّن يتحدث إليهم[36].

ويجد الخطيب نفسه بحكم مواجهته للمتحدث مهتما بالوسائل المصاحبة للخطبة من صوت ونطق وإشارة، وهذا ما يحقق لوسيلة الإتصال الشفهية أبلغ أثر.

هوامش المبحث الثالث

(1) جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، مرجع سبق ذكره، ص 32- 33 بتصرف.

(2) J.Kenneth, opcit, p 159.

(3) Denis Huisman, opcit, p 35.

(4) J.Kenneth, opcit, p 159-160.

(5) بوخبزة، مرجع سبق ذكره، ص 81.

(6) محمد موفق الغلاييني، 000، 109 بتصرف.

(7) المرجع السابق، ص 110.

(8) واكين إدوارد، مقدمة الى وسائل الإتصال، ترجمة فلسطين وديع (مصر: مطابع الأهرام التجارية، 1981) ص 35- 36

(9) Mc Luhan Marshall, la galaxie Gutemberg: La gense de lhomme typographique (Paris: edition Galimard, 1977)

(10) عبد الوهاب كحيل، مرجع سبق ذكره، ص 264

(11) Mc Guire, opcit, p 78

(12) أبو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 70

(13) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ج1، ص 130

(14) أبو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 70

(15) عبد الرحمن حاج صالح، "أهم الحقائق اللغوية العامة"، اللسانيات من خلال النصوص، ط 22 (تونس: الدار التونسية للنشر، 1986) ص 127- 128.

(16) المرجع السابق، ص 130.

(17) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 137.

(18) علي محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص 45.

(19) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 137.

(20) المرجع السابق، ص 138 بتصرف.

(21) المرجع السابق، ص 142 بتصرف.

(22) الجاحظ، مرجع سبق ذكره، ج3، ص 20- 21.

(23) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 144.

(24) المرجع السابق، ص 147.

(25) علي محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص 50

(26) أبو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 150

(27) أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، "من كتاب الحيوان للجاحظ، السفر الأول، مقدمة في الكتابة والكتاب"، تحرير نعيم الحوص وعبد المعين الملوحي (دمشق: منشورات وزارة الثقافة والإرشاد، 1979) ص 275- 276

(28) Randall HARRISON, non verbal comunication in ethiel de sola pool and Wilbur Shramm et al "EDS" Handbook of comunication (Chicago: rand mc nally college publishing co, 1978) p 93.

(29) ابو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 42.

(30) الجاحظ، الحيوان، مرجع سبق ذكره، ص 278.

(31) المرجع السابق، ص 279.

(32) المرجع السابق، ص 280.

(33) RL Bird Whistell, somebody montion elements accomopagning spoken american english in communication: concepts and perspectives, ed 1, theyer (Washington: DC Spartan books, 1967) p 71.

(34) Mark L. Knapp, non verbal comunication in human interraction (New York: Holt Rinehart and Winston, 1972) p 9-11

(35) ابو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص 74.

(36) محمد موفق الغلاييني، مرجع سبق ذكره، ص 109 بتصرف.

المبحث الرابع: الخطبة (الرسالة)

تعتبر الرسالة لبّ العملية الإقناعية إذ أنّها تعبّر عن مشكلة أو قضيّة أو موقف كلّ من الخطيب والمخاطب إزاءها ومدى إتفاقهما وتعارضهما، بحيث أنّها تتميّز بقدرة كبيرة على تغيير حياة الأفراد.

ومن أجل التوصّل إلى تغيير مواقف الأفراد في عملية الإتصال الخطابي يجب أن تكون الرسالة الخطابية مفهومة، ومن أجل أن تكون مفهومة لابد أن يكون تكوينها سليما وأجزاءها مرتّبة وصحيحة.

فعملية إلقاء خطبة في موضوع ما يتطلب تجميع العناصر أولا ثم ترتيبها ووضع كل عنصر في موضعه اللائق به، ثمّ التعبير عن كل ذلك[1].

وقد تحدث هذه الأعمال الثلاثة في أسرع وقت وأقصر زمن كما يحدث مثلا في الخطب الإرتجالية وفي الجاوبات والمناقشات الخطابية وقد تحدث بعد ترو وإمعان وتفكير وفي زمن طويل، وذلك في الخطب التي تهيأ وتحضر وتعد إعدادا.

وقد قال بعض الحكماء: "مطالع العلوم من ثلاثة أوجه: قلب مفكر، وبيان مصور، ولسان معبر"[1] وهي التي يسميها أرسطو بعناصر بناء الخطبة، وقد سمى العمل الأول إيجادا أو إختراعا invention والمتمثل في وسائل الإقناع والبراهين، وسمى الثاني تنسيقا disposition أي ترتيب أجزاء القول أما الثالث فقد أطلق عليه إسم التعبير ellocution أي الأسلوب والبناء اللغوي، يقول أرسطو: "إن اللاتي ينبغي أن يكون القول فيهنّ على مجرى الصناعة ثلاث، إحداهن: الإخبار عن أي شيء تكون التصديق والثانية ذكر اللاتي تستعمل في الألفاظ والثالثة أن كيف ينبغي أن تنظم وتنسق أجزاء القول"[2].

وهذه العناصر تعتبر من الأركان الأساسية التي تقوم عليها الخطبة وتستند إليها في التكوين.

وسنحاول من خلال هذا المبحث وضع كل عنصر من هذه العناصر في الإطار الذي يليق به، ومن أجل ذلك فقد قسمنا الخطبة إلى قسمين: قسم يتعلق

بالمضمون سندرج فيه عنصر الإيجاء، وقسم آخر يتعلق بالشكل وسوف يتضمن كل من التعبير والتنسيق.

حيث في الجانب الخاص بمضمون الخطبة سنحاول إيحاء الوسائل والأساليب الإقناعية التي تتضمّنها الخطبة من خلال التركيز على الأدلة والحجج والبراهين المستند عليها في الإقناع الخطابي العقلي المنطقي.

أما من الجانب الخاص بشكل الخطبة فسنتعرّض إلى تنظيمها وتنسيقها بالإضافة إلى أسلوبها وطريقة تعبيرها الذي له أثر فعال في الإقناع.

مضمون الخطبة:

1. **الإيجاد (LES INVENTIONS)**: سبق وأن ذكرنا في المباحث السابقة أن الإيجاء هو إعمال الفكر لاستنباط الوسائل الجديدة بإقناع السامع وإجتذابه[3].

وكما يبين إسمه فالإيحاء هو البحث، فهناك إذن سؤال أو إشكال يطرح أو قضية تعرض، ونقوم بمجهود من أجل إيجاد العناصر المناسبة للوصول إلى رضى تام وقبول من طرف المتلقي.

ومن أجل التوصيل إلى ذلك الرضى والقبول يرى Michel Meyer أنّ هذا يمكن أن يتراوح بين الإقناع الإغواء والحجاجة[3] كعناصر تقوم بدغدغة عواطف المتلقين بما أنّ الأمر يتعلق بإيحاء إجابة ملائمة للمشكل المطروح من خلال الخطبة الملقاة.

ويرى «علي محفوظ» أن الوسائل التي لا بد من إيجادها لإقناع السامع تسمى أدلة، ويرى أنّه مع الأدلة لابد من توافر الأداب الخطابية والعلم بالأهواء والميول النفسانية وذلك أنّ مقصود الخطيب هو:

- إثارة العقول وتنبيه الأذهان وحملها على الإذعان وذلك لا يتم إلاّ بالأدلة التوفرة في الخطبة.
- التأثير في الأرواح وجذب القلوب وذلك يكون يتوافر الأداب في الخطيب.
- إستمالة النفوس إلى ما يطلب منها بإثارة عواطفها وذلك يكون بمعرفة الأهواء والغرائز وطرق تهييجها أو تسكينها[4].

وقد أطلقت كلمة التصديقات في الترجمة القديمة لكتاب أرسطو "الخطابة" للدلالة على الإيجاء Les inventions وقسم أرسطو التصديقات أو الإيجاد إلى قسمين:

قسم يخص التصديقات أو البراهين غير المصطنعة.

وقسم يضّم التصديقات المصطنعة[5].

وهو يقول في هذا "فأما التصديقات فمنها بصناعة ومنها بغير صناعة، أعني باللاتي بغير صناعة تلك اللاتي ليست تكون بحيلة منا، ولكن بأمور متقدمة كمثل الشهود والعذاب... أمّا اللاتي بالصناعة ممّا أمكن إعداده وتثبيته على ما ينبغي بالحيلة بأنفسنا"[6].

ويقصد هنا أرسطو بالتصديقات غير المصطنعة تلك الحجج والأدلة الجاهزة مثل الإعترافات تحت التعذيب والشهود والقوانين بالإضافة إلى الأمثال، الشعر، الآيات القرآنية والأحاديث النبوية، التي تعتبر إضافات متعلقة بسمات الخطابة العربية، ويطلق على هذه البراهين (المواضع العرضية أي مصادر الأدلّة الخارجة عن ذات الموضوع، ويقصد بالتصديقات المصطنعة تلك التي يستخرجها الخطيب، أو كما يقول أرسطو يحتال لها الخطيب بالكلام من ذات الموضوع فهو يستنبطها بأسلوبه الخاص من مضمون مايتحدث به وهي قسمان:

- منطقية موضوعية مثل القياس الخطابي، المثل، الإستقراء.
- خلقية ذاتية: وهي تلك الأدلّة الخاصة بكل من الخطيب والمتلقي.

وهكذا فإنّ الأدلة في الخطابة لها ينابيع تصدر عنها وتستنبط منها ويتجه إليها عند طلبها وقد ذكرها الأقدمون من اليونان ليسهل على الخطباء والمجادلين الحصول على ما يبرهنون به دعاويهم وليمتحنوا بها قضاياهم التي يسوقونها.

وقد قال إبن سينا فيها: "إن الحجج الخطابية تكتسب من المواضع فمن طلب الإقناع وهو لا يعلمها كان كحاطب ليل يسعى على غير هداية، لا لبخل من الموجود بل لنقص في الإستعداد"[7].

والمواضع بنوعيها الذاتية والعرضية [8] تستعمل في كل مقام إما لإثبات قول

وتأثير رأي أو لتوسيع المعاني بحسن البيان وهي مصادر الخطيب الأولى في الخطابة.

الأدلّة الجاهزة (المواضع العرضية Preuves extrinseques)

وهي مصادر الأدلة الخارجة عن ذات الموضوع وذلك لأنّ المخاطب أحيانا لا يدرك ما في ذات الموضوع من خصائص ومزايا وثمرات فيصعب عليه أن يقتنع بأدلّة تستمد قوتها من تلك الخصائص، فيستعان على إقناعه بأمور خارجية، هي عنده صادقة وهو لها مذعن، فيبين له الخطيب أن تلك الأمور تؤيده وتحث على مايدعو إليه، فيسلم بما يقدم له من غير جدل، ويذعن من غير نقاش، لأنّ الأمر أحيل على ما هو عنده في مرتبة التقديس.

وأكثر تلك المواضع قوّة وأثرا أمور منها:

1. الدين: هو أكثر الأمور سيطرة على القلوب خصوصا قلوب العامة لأنه لهم المرشد.

فإذا أيد خطيب في جماعة متدينة قضاياه بالدين وربط بينها وبين دينها صلة ووثّق عرا الألفة بين ما يدعو إليه وبين ذلك الدين أجابت نداءه، ولبته في حماسة وقوة وشعور دافق وحمية، وخطباء العرب في صدر الإسلام كانوا يحلون خطبهم بشيء من القرآن الكريم والحديث الشريف لتكون لهم الحجة البالغة" لأنّ القرآن الكريم في منزلة من البلاغة دونها أي كلام والحديث الشريف في المنزلة الكاملة لبلاغة البشر.

وقد عد الإستشهاد بالدين من المواضع الخارجة لأنّه ليس من ذات الموضوع ولا مشتقا من خصائصه ولكن جاء شيء خارج عنه، فإذا إستشهد به إستشهادا صادقا حلت دعوى الخطيب في القلب، فلا تنتزع منه لأنها تصير من أوامر الدين فتكسب منه تقديسا.

ويقول الجاحظ عن خطباء العرب أنهّم "كانوا يستحسنون أن يكون في الخطب يوم الحفل وفي الكلام يوم الجمع آي من القرآن، فإنّ ذلك مما يورث الكلام البهاء والوقار والرِّقة وسلس الموقع"[9].

وكان "عمران بن حطان" خطب خطبة أعجب بها الناس ثم إنّه مر ببعض

المجالس فسمع رجلا يقول لبعضهم هذا الفتى أخطب العرب لو كان في خطبته شيء من القرآن"[9].

ولم يكن الإقتباس من القرآن مقصورا على الخطباء الدينيين بل إستفاد من إمكانية تأثير النص القرآني جميع الخطباء على تفاوت في ذلك، فمن الخطباء من جعل المادة الأساسية في خطبهم ورسائلهم آيات قرآنية كما في رسالة «عثمان بن عفان للحجاج».

«بل نجد لمصعب بن الزبير خطبة هي قرآن من أولها إلى آخرها تتخللها إشارات إلى الجهات التي توجّه إليها معاني الآيات القرآنية»[10].

2. العادات:

كلّ جماعة من الناس لها عادات تسودها وتسيطر عليها، فهي التي تعين وجهة الإنسان وتفكيره وقد قال "جوستاف لوبون" في ذلك:"لو أنّ قدرة خارجية جعلت الإنسان أو الشعب يهرب من تأثير عاداته لأصاب الفالج حياته فجأة لأنّ العادة هي التي تملي علينا كل يوم ما يجب أن نقوله ونفعله ونفكر فيه"[11] وإذا كان لعادات الأمم هذه القوة وذلك السلطان على القلوب فيجب أن يعتمد عليها الخطيب في مقام التأثير، بأن يقرب ما يدعو إليه مما يألفون من عادات وما اصطلحوا عليه من عرف، ليسكنوا إلى الأمر ويخضعوا له ويطمئنوا إليه، لأنّ إقبال الناس يكون شديدا على الأمور التي تكون من جنس ما يألفون.

3. تتبع آثار السّلف:

لآثار سلف الأمة قوة في نفوس الأحياء منها وسلطان كبير في قلوبهم وقد كان المشركون، لا يجدون أمرا يتخذونه تكأة لمخالفة النبي صلى الله عليه وسلم إلاّ أنهّم يتبعون الأباء، إذ كانوا يقولون كما حكى الله سبحانه وتعالى عنهم: "بل نتبع ما ألفينا عليه آباءنا"[12].

ولقد كان هذا من أصعب ما واجه الرسول عليه الصلاة والسلام في بداية جهره بالدعوة، حيث تصدّى له الكثير بحكم أن ما يعرض عليهم أمر جديد لم يألفوه من قبل ولم يجدوا عليه آباءهم.

وقد إتّخذ الخطباء من هذا الموضع ركيزة هامة في خطبهم وذلك لإستحسان أن يقرّب الخطيب بين فكرته وبين ما أثر عن سلف الجماعة التي يخاطبها ماإستطاع إلى ذلك سبيلا ومادام سلف تلك الجماعة لم يشتهروا بباطل ولم يعرفوا بسوء.

4. أقوال الأئمة ومن اشتهروا بالحكمة:

وذلك باب واسع من الإستدلال يتّجه إليه الخطيب ليحلي به خطبته، فإنّ لكلام الحكماء المشهورين والأئمة المعروفين روعة وهزة في النفس، فكثير من الخطباء قديما وحديثا يبتدئون خطبهم بحكمة مشهورة أو قول حكيم عرف بالعلم والفكر الناضج ويجمّلون خطبهم بذلك النوع من الإستدلال ويقول Genung في أهمية الحكم والأمثال بالنسبة للخطابة "يجب على الخطيب أن يجذب أسماع المخاطبين ويثير إهتمامهم بأن يلجأ إلى المقابلة والجيد من الحكم والقول المأثور".[13]

5. الشهادات والمواثيق:

وهي الركن الركين للإستدلال في الخطابة القضائية، والشهادات باب واسع في التقاضي وهي الطريق التي يتخذها القضاة للحصول على القوانين والوسائل لمعرفة الأحوال.

والشهادات والمواثيق من المواضع العرضية لأنّها لم تشتق من خصائص الموضوع ذاته بل هي أمور خارجة عنه مؤيّدة له، مثبّتة لصدق الحكم، وإن لم تكن من ذات الموضوع، وليست علّة لوجوده ولا خاصة من خواصه.

6. القوانين:

وهي الحجّة الأولى في الخطب القضائية إذ كلا المتنازعين يجتهد في أن يتخذ من القانون حجة لدعواه أو طريقا للخلاص من ورطة الإتهام، ويريد كلاهما أن يفسره تفسيرا يتفق مع غرضه ومقصده ومصلحة من نصب نفسه مدافعا عنه[14].

والخطب التي كان القانون محور الإستدلال فيها والحجة المنشودة والغاية المقصودة كثيرة وكل مرافعات النيابة والمحامين من ذلك النوع من الخطب وتلك الطريقة من الإستدلال.

7. الشعر:

يعتبر الشعر من الحجج الجاهزة التي تكتسب قوتها من مصدرها ومن مصادقة الناس عليها وتواترها، وتدخّل الخطيب ينحصر في إختيارها وتوجيهها إلى الغرض المرغوب الإستدلال عليه.

وقد كان العرب في العصر الجاهلي يستدلّون كثيرا بالشعر وهي ظاهرة مميّزة في الخطابة العربية خصوصا منها الأموية.

وفي خطب "الحجاج" إستشهادات شعرية كثيرة أحيانا كما في خطبته حين ولّي الكوفة(15) وهي تساهم في بناء الخطبة فتدعّم الصورة بما تشيعه من إغراب وإحالة على عالم خاص، كما تدعم الصوت والإيقاع.

وقد كان «الحسن» ينشد في قصصه ومواعظة:

ليس من مات فاستراح بميت إنما الميت ميت الأحياء(16).

هذه المواضع العرضيّة بين يدي الخطيب وهو يتجه إليها إن وجدها أقرب مسلكا وأهدى سبيلا وأكثر تأليفا.

وقد يجمع الخطيب بين المواضع العرفية والمواضع الذاتية إن إقتضى المقام ذلك وساعدت الأحوال وتهيأت الأسباب.

ويرى "محمد أبو زهرة" أنه عند الإقتصار على العرضية يجب أن يختار الخطيب أحراها بإظهار المطلوب وأقتربها إلى أفهام الجمهور وأحسنها وقعا في النفوس، ويجب عليه الإبتعاد عما يستغلق على العقول إدراكه، أو يصعب فهمه، إلاّ إذا كان يخاطب قوما تغنيهم الإشارة عن العبارة والتلويح عن التصريح، فلا مانع من أن يخاطب بالدقيق العميق ليكون في ذلك متعة فكرية لهم(17).

الأدلّة المصطنعة (المواضع الذاتية **Preuves intrinseques**):

هذا النوع من التصديقات المصطنعة أو المستكشفة كما يدعوها مترجمو كتاب أرسطو يؤخذ من ذات الموضوع لا من شيء خارج عنه، كأن يبين فوائد العلم بذكر خواصه اللازمة له.

وهذه الأدلّة قسمان الأولى: خلقية ذاتية وهي التي سميناه فيما سبق بالآداب

الخطابية وهي خاصة بالخطيب.

أمّا الثانية: فهي موضوعية منطقية وتدعى بالأساليب الإقناعية الخطابية، وتنقسم بدورها إلى قسمين:

1. الأساليب الخطابية الموضوعية
2. الإستدلالات الخطابية المنطقية

الأساليب الخطابية الموضوعية:

ذكر الفلاسفة عددا من الأساليب الخطابية الموضوعية التي لها دور أساسي في الإقناع الخطابي نكتفي ببيان ما نراه كثير الشيوع على ألسنة الخطباء قديما وحديثا وهي:

1. التعريف:

يرى Breton أنّ للتعريف مكانة عاليّة إذ يعتبر حجّة بأتم معنى الكلمة [18]، ويعتبره «أبو زهرة» دليلا خطابيا أو مقدما لدليل خطابي [19] وللتعريف طرق عدّة منها:

- تعريف الشيء بخواصه التي تفيده فيما يدعو إليه كقول علي رضي الله عنه داعيا إلى الأخذ بهدى المتقين واصفا لهم: "والمتّقون هم أهل الفضائل، منطقهم الصواب، وملبسهم الإقتصاد، ومشيهم التواضع، غضوا أبصارهم عمّا حرم الله عليهم، ووقفوا أسماعهم على العلم النافع لهم، نزلت أنفسهم منهم في البلاء كالتي نزلت في الرخاء..." [20].

ومنها أن يعرّفه بالإستعارات أو التشابيه أو نحوها كقول "شبيب بن شيبة" في مدح خليفة:"

"الا إنّ لأمير المؤمنين أشباها أربعة: الأسد الخادر، والبحر الزاخر، القمر الباهر، الربيع الناضر. فأما الأسد الخادر [21] فأشبه منه صولته ومضاءه، وأما البحر الزاخر فأشبه منه جودة وعطاءه، وأما القمر الباهر فأشبه منه نوره وضياءه، أمّا الربيع الناضر فأشبه من حسنه وبهاءه".

ومنها أن يعرفه ببيان أنواعه وذكر أقسامه، ومن ذلك قوله علي رضي الله

عنه في بيان الرزق" "الرزق رزقان: رزق تطلبه ورزق يطلبك، فإن لم تأته أتاك، فلا تحمل هم سنتك على أهم يومك، كفاك كل يوم على ما فيه".

وترى من هذا أنّ طرق التعريف الخطابي ليست هي الطرق المنطقية فحسب بل تكون بها وبغيرها مما لا يقره المنطق تعريفا مصورا للموضوع.

2. التجزئة:

المراد بالتجزئة أن تتجّه في الحكم إلى الجزئيات تتبعها بالحكم الذي تريده جزئيا، حتى تستخلص النتيجة التي تريدها، ولها طريقان[22]:

إحداهما: أن تتبع الجزئيات لتستنبط منها حكما واحدا لكليهما، وذلك مثل قول "قطري بن الفجاءة" في وصف الدنيا: "كم واثق أفجعته، وذي طمأنينة إليها قد صرعته وذي نخوة قد ردته ذليلا... مليكها مسلوب وعزيزها مغلوب وسليمها منكوب... مع أنّ وراء ذلك سكرات الموت، وهول المطلع والوقوف بين يدي الحاكم العدل، ليجري الذين آساءوا بما عملوا، ويجزي الذين أحسنوا بالحسنى"[22].

نرى "ابن الفجاءة" هنا قد تتبع الجزئيات، ليتخذ من حالها حكما كليا على ما في الدنيا، فإنّه إلى زوال ومن فيها إلى الموت والوقوف بين يدي الحاكم العدل.

وثانيهما: أنّ تتابع الجزئيات لتخص واحداً من بينها بحكم لزيادة التنبيه على خصائصه وللحث على الأخذ به أو التنفير منه، كقول "جامع المحاربي" للحجاج، وقد شكا إليه سخط أهل العراق عليه: «أما إنهم لو أحبوك لأطاعوك، على أنهم ما شنئوك لنسبك ولبلدك، ولا لذات نفسك فدع ما يبعدهم عنك إلى ما يقربهم إليك والتمس العافية ممن دونك تعطيها ممن فوقك وليكن إيقاعك بعد وعيدك، ووعيدك بعد وعدك».

فترى من هذا أنّه إستقرى أحواله حالا حالا ونفى عنها السبب في الكراهية، ثم قصر السبب على الحكم، وأشار إليه إشارة في قوة التصريح، ثم أخذ ينبهه إلى ما يجب، ومن شأنه إهناء القلوب النافرة[23].

وهكذا فإن التجزئة أسلوب خطابي يعمد إليه الخطيب عندما يريد المبالغة في إثبات الحكم والحرص على تأكيده وتعزيزه في نفوس السامعين.

3. التعميم ثم التخصيص:

هذه الطريقة تقابل التجزئة إذ يبتدأ فيها بذكر العام ويحكم عليها بما يراد ثم ينزل إلى الخاص، وذلك كثير على ألسنة الخطباء يبتدئون خطبهم بقضايا مسلّم بها للتقرير ثم يخصون بعد ذلك، ومن ذلك قول "الأحنف بن قيس" في وفادته "لعمر بن الخطاب" "يا أمير المؤمنين: إنّ مفاتيح الخير بيد الله والحرص قائد الحرمان، فاتق الله فيها لايغني عنك يوم القيامة قيلا وقالا، واجعل بينك وبين رعيتك من العدل والإنصاف شيأ يكفيك وفدة الوفود، واستماحة الممتاح".

4. العلّة والمعلول:

التعليل روح الإستدلال فالعلة الباعثة على الفعل والغاية المنشودة منه طريق للحكم عليه بأنّه خير أو شر وبأنّه صحيح أو باطل وبأنه سائغ أوغير سائغ لذلك يعمد الخطباء إلى ذكر البواعث على الأفعال والدوافع إليها ليتخذوا منها سندا في الحكم عليها.

5. المقابلة:

تكون بين شيئين ليبين الحق فيهما، فإنّ الأشياء تتميز بأضدادها وتتعرف بنظائرها وهي معين للإستدلال الخطابي ويتخذ الخطباء منها حججهم بطريقتين:

- أن يذكر الخطيب الشيء ومقابله ويذكر صفاتهما ومن ذلك يتبيّن الحسن منهما، كما قال "الإمام علي رضي الله عنه للأشعث بنقيس في فصل الصبر "إن صبرت عليك القدر وأنت مأجور، وإن جزعت جرى عليك القدر وأنت موزور"[23].
- أن يبرهن على بطلان المقابل فيثبت المطلوب ومن ذلك عدة أمثلة.

الإستدلالات الخطابية المنطقية:

الإستدلال مشتق من الدليل وهو في التعريف اللغوي طلب الدليل وإذا كان الدليل هو المرشد فإنّه في إصطلاح الحكماء هو الذي يبين صحة الحكم إيجابا أو سلبا[24].

أما الإستدلال فهو تسلسل عدة أحكام مترتبة بعضها على بعض، بحيث يكون الأخير منها متوقفا على الأول إضطرارا، فكلّ إستدلال إذن "إنتقال من

حكم إلى آخر، والحكم الأخير لا يكون صادقا إلا إذا كانت مقدماته صادقة"[25].

وينقسم الإستدلال إلى قسمين: الإستنتاج والإستقراء

وتعتمد مجمل الرسائل سواء كانت خطابية أم إعلامية على الإستدلال بأنواعه المختلفة لأنّه يعبر عن الجهود التي يقوم بها الخطيب أو المصدر في صياغة فكرته في شكل رسالة قادرة على التعامل مع المدركات الحسية والعقلية لجمهور المتلقين.

- الإستنتاج أو الإستنباط **Deduction**:

يستخدم ليشير إلى البراهين التي إذا صدقت مقدماتها فلا بد أن تصدق نتائجها بدورها من الوجهة المنطقية[26] وهو إنتقال من العام إلى الخاص أو من قاعدة أساسية إلى إستنتاجات في نموذج معطى[27].

والإستنتاج قد يكون صوريا كالقياس أو تحليليا كالبرهان الرياضي، ونحن سوف نركز على القياس لأنّه من الإستدلالات الخطابية التي تحدث عنها أرسطو حين قال: "والخطب المشتملة على الأمثال ليست أقل إقناعا من المشتملة على القياس المضمر، وإن كان الأخير أدخل في الإقناع من حيث الإستيلاء على مشاعر السامعين"[28].

ويقصد أرسطو هنا بالقياس المضمر القياس الخطابي الذي تصنع منه الأدلّة المؤدية إلى الإقناع.

لكن قبل التطرق إلى القياس المضمر هناك تساؤل يطرح نفسه ما هو القياس؟ ثم كيف يستدل بالقياس الإقناعي الخطابي؟

القياس: القياس قول مؤلف من قضايا إذ اسلمت لزم عنه لذاته قول آخر[29]

وبهذا التعريف يتضح أنّ القياس هو تركيب من قضايا إذا سلمنا بصحة مقدمتها فإن النتيجة صحيحة.

والقياس إما أن يكون برهانيا Syllogisme demonstratif مؤلّفا من المقدمات الواجب قبولها إن كانت ضرورية يستنتج منها الضروري على نحو ضرورتها أو ممكنة يستنتج منها الممكن.

وإما أن يكون إقناعيا Syllogisme persuasif وهو الذي يسمّى ما قوي منه وأوقع تصديقا شبيها باليقين جدليا، وما ضعف منه وأوقع ظنا غالبيا خطابيا[30].

فالقياس الخطابي مؤلّف إذن من قضايا ظنيّة ومقبولة وقد جمع أرسطو مجموعة من الأدلّة الخطابية تحت ما ترجم بالقياس المضمر Enthymème.

- القياس المضمر: وقد سمي كذلك لأنّ مرجعه إضمار إحدى مقدمات الخطبة[31] وسبب هذا الإضمار يعود إلى أنّ أساليب الخطابة تختلف عن الأساليب المنطقية التي تعتمد على مقدمتين معلومتين يقينيتين، وقد قال "إبن سينا" في علة حذف إحدى المقدمتين في الكثير الشائع: "إن الخطابة إنما تحذف الكبريات فيها لأنّها لو صرح بها لزال الإقناع"[32] فيكتفي الخطيب في كثير من الأحيان بذكر إحدى المقدمتين وإضمار الثانية لفهمها من فحوى الكلام وروح الخطبة.

يفسّر بعد ذلك "القياس المضمر" بأنّه القياس الذي تكون إحدى مقدماته معلومة، فيضمرها الخطيب ويكتفي بالظن الغالب أو العرف الشائع أو المشهور المستفيض أو من قول عرف بالحكمة والسداد.

والأقيسة الخطابية حسب أرسطو تقوم على المظنونات أي المحتملات، والمظنونات هي الأراء يقع الظن بها لا على الثبات بل يخطر إمكان نقيضها بالبال ولكن الذهن يكون إليها أميل.

وتتناول الخطابة الموضوعات الظنيّة لأنّها الموضوعات القابلة للنقاش أمام جمع غير قادر على الإستدلال السريع المتصل الحلقات، وهكذا فإن كل مسألة قابلة لحلين أو أكثر فهي قابلة للمناقشة وبالتالي يكون مجالها الخطابة.

ومن أمثلة الأقيسة الخطابية التي يمكن إستخراج أطرافها المضمرة ما نجد في الخطب المتنوعة من مختلف العصور على النحو التالي:

مثال 1: قال "الحجاج" في إحدى خطبه "زعمتم أني أعلم الإسم الأكبر، فلمَ تقاتلون من يعلم ما لا تعلمون"[33] وتقدير المقدمة المضمرة فيه، ومن يعلم الإسم الأكبر لا يقاتل وقال فيها: "زعمتم أني ساحر، وقد قال الله تعالى "ولا يفلح الساحر"

وقد أفلحت" والنتيجة كذبتم ولست بساحر

مثال **2**: ومثل القياس المضمر في القرآن "إن مثل عيسى عند الله كمثل آدم خلقه من تراب ثم قال له كن فيكون"[34] وقد نزلت هذه الأية في الرد على من يؤله عيسى وذلك لتبرير خلقه من غير أب، وقد يبدو أنه إحتجاج بالمثل غير أن المراد هو الإحتجاج بالأكثر والأقل، فالله الذي خلق آدم من تراب والتراب ليس محلّ الخلق العادي، أقدر على أن يخلق من الرحم وهو المكان العادي للخلق ونظيره: "فسيقولون من يعيدنا قل الذي فطركم أول مرة"[35]، يسميه الفقهاء قياسا ويسميه المتكلمون رد الغائب على الشاهد[36].

- **القياس ذو الحدين**: يستعمل القياس ذو الحدين في بعض الخطب التي تهدف إلى الإحاطة بالمتلقي بحيث تجعل له الحدود التي ليس له خيار ثالث بعدها[37].

والقياس ذو الحدين يفرض في الخطبة فرضين ويبين أن كلا منهما يؤدي إلى غايته أو يثبت نقيض ما يدعو إليه خصمه، كما قال الإمام علي بن أبي طالب رضي الله عنه في كتاب أرسله إلى "طلحة والزبير" رضي الله عنهما : "قد علمتما أنكما ممن أرادني وبايعني، فإن كنتما بايعتماني طائعين فارجعا إلى الله، وتوبا من قريب وإن كنتما بايعتماني كارهين فقد جعلتما لي عليكما السبيل بإظهاركما الطاعة وإسراركما المعصية"[37].

- **قياس الخلّف Déduction à l'absurde**:

وهو الذي يقصد فيه إثبات المطلوب بإبطال نقيضه كقوله تعالى: "لو كان فيهما آلهة غير الله لفسدتا فسبحان الله رب العرش عما يصفون" (38) وإن لم تفسدا فليس فيهما إلا إله واحد[39].

ويسميه "إبن سينا" في كتابه "عيون الحكمة" "القياس السائق إلى المحال" [40]

الإستقراء L'induction:

وهو طريقة في الإستدلال تيسّر الوصول إلى أحكام عامة بواسطة الملاحظة أو المشاهدة، وهدفها تكوين حكم عام مبني على حقائق جزئية[41].

والإستقراء حسب الفلاسفة "طريقة يحاول بها المرء أن يبرر قوله لنتيجة ما"[42]

ومن الأساليب التي تستعمل كاستقراء في الخطابة نجد القصة والمثل:

أسلوب القصص:

أصل القصص في اللّغة القص وهو «تتبع الأثر» تقول العرب قصصت الشيء إذا تتبّعت أثره[43].

واصطلاحا هو إتباع الخبر بعضا بعضا وأصله المتابعة كما هو في الإصطلاح اللغوي وقال الله تعالى في ذلك: "وقالت لأخته قصيه"[44] أي إتبعي أثره.

وقد يعمد الخطيب إلى وضع أدلته في شكل قصصي فيذكر حال جماعة تشابه الجماعة التي يخاطبها ويذكر ما يجري بينهما من مناقشات في الموضوع الذي يتكلّم فيه ويلجري الحجة على ما يدعو إليه على ألسنة الفريق الذي يدعو إلى تغيير مواقفهم، ويذكر المعنى الذي يرمي إليه مصورا في قصة فرضية أو حقيقية ليكون المعنى واضحا مكشوفا كما كان يفعل الخطباء القصاصون في العصر الأموي[45]

وهذا النوع من الخطب ينطبّق على خطبة الإمام علي رضي الله عنه التي ضرب فيها مثلا: الثور الأبيض والأسود والأحمر.

وعلى هذا فإنّ أسلوب القصص أسلوب إستقرائي لأنّ الغرض منه هو تعميم الموضوع المضمّن في القصة على باقي الأحداث المماثلة للتنبيه على الشيء أو إستهداف العبرة منه.

والقصص القرآني على سبيل المثال عبرة لمن يعتبر فقد قال تعالى: «لقد كان في قصصهم عبرة لأولي الألباب»[46] فالأسلوب القصصي متخذ في القرآن الكريم حسب "أبو زهرة" سبيلا للإقناع والتأثير «لأنّ الأدلة فيها تأتي أكثر إجتذابا للأفهام وأقوى تأثيرا في النفوس»[47].

المثل:

يقوم المثل في الخطابة مقام الإستقراء في المنطق والمثل إستقراء بلاغي وهو حجّة تقوم على المشابهة بين حالتين في مقدمتهما ويراد إستنتاج نهاية إحديهما بالنظر إلى نهاية مماثلتها[48].

وهكذا فإنّ المثل هو «عبارة عن إقامة علاقة بين شبيهين بشرط أن يكون

أحدهما معروفا أكثر من الآخر[49].

وانتبه دارسو النص القرآني والبلاغيون العرب بالممارسة والمثاقفة إلى أهمية المثل في إحداث الإقناع، فقد جاء في البرهان في وجوه البيان لأبي إسحاق بن وهب: "وأما الأمثال فإنّ الحكماء والعلماء والأدباء لم يزالو يضربون ويبينون للناس تصرف الأحوال بالنظائر والأشكال ويرون هذا النوع من القول أنجع مطلبا وأقرب مذهبا، ولذلك قال الله عز وجل: «ولقد ضربنا للناس في هذا القرآن من كل مثل»[50].

وقال: «وسكنتم في مساكن الذين ظلموا أنفسهم وتبين لكم كيف فعلنا بهم وضربنا لكم الأمثال»[51].

وكذلك جعلت القدماء أكثر آدابها وما دوّنته من علومها بالأمثال والقصص عن الأمم ونطقت ببعضه على ألسن الطير والوحش، وإنّما أرادوا بذلك أن يجعلوا الأخبار مقرونة بذكر عواقبها والمقدمات مضمونة إلى نتائجها[52].

والواقع أنّ المثل يعتبر دعامة كبرى من دعائم خطابة الإقناع والتأثير.

ويمكن أن يكون المثل حقيقي أو خيالي وهو عند أرسطو تاريخي ومصطنع [53].

فمن التاريخي الميثولوجي أيضا كما أنّ المصطنع ينقسم إلى:

مثل بالتشابه كالإستشهاد على فساد اختيار القضاة بالقرعة وتفنيد رأي من إقتراح ذلك بفساد إختيار المتصارعي أو ربان السفينة بها.

مثل خرافي: شخصياته من الحيوانات

واستعمل المثل التاريخي في القرآن إستعمالا واسعا، كما إستعمل المثل التشبيه والذي تعني به بيان أن شيئا أو أشياء شاركت غيرها في صفة أو أكثر.

وقصارى ما نريد بيانه بعد هو أنّ الخطابة العربيّة إستعملت أقيسة عقلية متنوعة يدخل أغلبها فيما أحصاه "أرسطو" وذلك حتى قبل إتصال العرب بالفلسفة اليونانية إتصال ترجمة ودراسة وتأثر، وهذه الأقيسة تعود إلى طبيعة العقل الإنساني ومبادئه، إلاّ أنّ الإتجاه إلى المنطق المكثف والحجة العقلية الصريحة إنما برز في المناظرات بين المتكلمّين وأصحاب المذاهب الدينية.

والقياس الخطابي كما سبق يقوم الإحتمال والترجيح ومجاله الأساسي في

نظرية «أرسطو» المرافعات القضائية، والمعروف أنّ هذا النوع من الخطابة لم تكن له أهمية كبيرة في صدر الإسلام، على أنّ الواقع يقتضي الإعتراف بأن بعض المواقف التي يسعى فيها الخطباء إلى دفع التهمة أو التبرو من الوشاية، وتبريء ذمّة القبيلة لا يمكن فصلها عن الخطابة القضائية إلا لإعتبارات تكاد تكون واهية.

وهذا لا يتعارض مع قناعتنا الشخصية بأن الخطابة العربية إلى نهاية القرن الأوّل الهجري خطابة التأثير النفسي بالترغيب والترهيب وخطابة أسلوب وعبارة.

تصميم الخطبة الاقناعية:

إعتبر البلاغيون مدار العملية الاتصالية هو الإسهام بتوصيل المعنى، وقد عرّفنا فيما سبق كل من البلاغة والبيان والخطابة والإتصال، وقد لفت إنتباهنا عنصر الإبلاغ الذي يعتبر وجه من أوجه التوصيل التي إستخدمت في هذه المصطلحات القديمة الجديدة ومن ثم حينما نتحدث عن الخطابة عند العرب كمرادف للإتصال لا نكون قد جانبنا مفهومها الأساسي.

ولا شك أنّ التعاريف السابقة أجمعت على أهمية توصيل المعنى إلى المستمع بحيث تفهم تلك الرسالة دونها تعب.

ولو نظرنا الآن إلى ما يمكن أن يكون له تأثير عميق على دوافع الجمهور من خلال محتوى عرض الخطب الإقناعية، سوف نجد عددا من الوسائل التي شكلت ولازالت تشكل أهم المحتويات سواء بالنسبة للخطب الإقناعية أو الرسائل الإعلامية المقنعة، فبالإضافة إلى الأدلّة والأقيسة الخطابية السابقة الذكر نذكر أساليب أخرى هي:

استعمال الخوف ومفعوله:

من بين الأنواع المختلفة: الرسائل التي تحتمل أن يكون لها تأثير على دوافع الجمهور، هي رسائل التهديد والتخويف والتي يشير محتواها إلى نتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم إعتناق المتلقي وقبوله بتوصيات الخطيب، وأمثال هذه الإستمالات تثير بداخل المتلقي درجة معينة من التوتر العاطفي، ويقال أنّ الخوف هو الوسيلة الأنجع لتعديل مواقف الناس تجاه الأفات اجتماعية.

وقد بينت الدراسات المتعلقة بالرسائل الترهيبية لكل من Watts و Pagano سنة 1967[54] أنّ الخوف قدّم الكثير من الخدمات بحيث أنه أثر على الناس وحملهم للتوجه إلى المراكز الصحية للتلقيح ضد الأمراض، كما أدى بالناس إلى الحفاظ على أسنانهم، وأجبر الجمهور على إستعمال الحزام الأمني، فكثير من الحملات الإنتخابية لجأت إلى تخويف الناخبين من مترشح متنافس لحملهم على التصويت لصالح المترشح محل الحملة.

وبعض حملات الصحة العمومية تلجأ إلى التخويف لحمل الناس على الحفاظ على صحتهم أو أخذ تدابير صحية معينة، كالحملة المخصصة للتأثير على الناس للتطعيم ضد الكزاز، فمن الصعب على هذه الحملة ألا تلجأ إلى حوافز سلبية، إذ لا يمكن وصف أو عرض التطعيم كعملية مسليّة لا تثير أي أدى. ضمن الطبيعي أن هذه الحملة توظف عامل التخويف حتى يدرك الجمهور خطورة الموضوع، لو لم يأخذو التدابير اللازمة للتحصين ضد هذا المرض.

ولو نظرنا إلى ما كانت تحمله الخطابة القديمة من محتوايات ترهبيّة تخويفيّة نجد أنّه كان لها الأثر العميق والفعال في تغير بعض الإتجاهات والمواقف تجاه الفكرة أو الرأي الذي يسعى الخطيب إلى تثبيته فيهم.

وقد كان الرسول عليه الصلاة والسلام يستعمل أسلوب الترهيب في بعض خطابه في بعض المواضيع التي يكون فيها التخويف أكثر إقناعا وتأثيرا، فقد رهب في إحدى خطبه من التعامل بالرّبا فقال: «إن الدرهم يصيبه الرجل من الربا أعظم عند اللّه من الخطيئة من ست وثلاثين زانية[55] يزنيها الرجل وإنّ أربى الرّبى عرض[56] الرجل المسلم»[57].

وكان يذكر بالموت وما بعده من حشر وحساب وجزاء وعقاب فيقول: «يأيّها الناس إن هذه الأمة تبتلي في قبورها فإذا الإنسان دفن فتفرق عنه أصحابه، جاءه ملك في يده مطراق أقعده قال: ما تقول في هذا الرجل»[58].

وخطب الوعظ هذه للرسول عليه الصلاة والسلام نجدها قائمة على صدق الإيمان حيث عرف الوعظ فيها هدفه وغايته التي يهدف إليها. فهو وإن كان يرهب

فيها فقد جعل في خطبه صبغة أمل ورجاء سواءا تعلق الأمر بخطب الترهيب من جهنم أو من الموت أو غيرها: «لأنّ الميت حتى وإن فقدنا جسده فقد إنتقل إلى دار قرار سنجده في يوم نحتاج فيه إلى كل ما يقرّبنا من الله ونعميه والوقاية من ألم الجحيم».

ومثل هذا الأمل الذي يختبئ وراء أسلوب الترهيب هو الذي يدفع بالمتلقين في الخطابة النبوية الى العدول عن اتجاهاتهم بتغييرها أو تصحيحها إلى الإتجاه السليم الذي يقود إلى السلوك الصحيح سواء بالتخلي عن أخذ الربا أو بتثبت بتعاليم الدين الإسلامي وعدم الخروج عنه بعد التيقن من وجود حياة بعد الموت... سواء في الجنة أو النار.

فدور الخوف هنا هو حمل المتلقي على الشعور بالإهتمام أي يجعله يدرك بأنه معني أيضا، وكلّما زاد القلق بفعل التخويف كلّما زاد تجند الجمهور لمكافحة السلوك غير السليم، ومن ثم تقبل النصح الموجه لهم والذي يؤدي بهم إلى القيام بالفعل المحدّد. فالشرط الأساسي الذي تشترطه الرسالة المخيفة لكي تكون مقنعة أن تحمل في طياتها تفسرات وإسهاب في شرح الأخطار للفت إنتباه المتلقي للرسالة، فكلّما كان التهديد المحتمل غير مألوف زادت الحاجة للتطويل والشرح لإثارة المخاوف والتّوتّر.

وفاعلية الخطبة التي تتضمن التخويف تتوقف بدرجة كبيرة على تقييم الخطيب، مثلا إذا إعتبر المتلقي الخطيب غير عليم فإنه سيرفض رأيه فورا وبهذا تفشل الرسالة الخطابية في تحقيق هدفها.

وكما أظهرت بعض الدراسات أنه حينما يتعرض الناس إلى هذا النوع من الرسائل فإن تخوفهم يقل إذا كانوا قد تعرضوا قبل ذلك لرسائل سبق وأن ناقشت وتنبّأت بهذا الحدث قبل ذلك، لأنّ عنصر المفاجأة عامل أساسي في تحديد درجة الإثارة العاطفية التي تثيرها الرسائل المخيفة، كما أن تأثير المتلقي يقل عندما يشعر بأن الخطر المعلن عنه بعيد عنه[59].

فبالرغم من النتائج التي أحرزتها الرسائل المخيفة (مثل خطب الحجاج بن

يوسف) إلا أنّ هناك دراسات عديدة تيقنت من أن أسلوب التهديد (التخويف) لا يمكن أن يكون دائما ذو فعالية كبرى، فالخوف لا يحتمل فقط معان وآثار إيجابية. حقيقة هو دافع قوي من دوافع المتلقي على التجاوب مع العملية الإتصالية إلاّ أنّه يلعب أيضا لحسابه الخاص، وبهذه الصفة قد يحدث آثار سلبية ونفور من جانب المتلقّي ينعكس سلبا على الخطبة الإقناعية.

وأثبتت بعض الدراسات الحديثة في هذا الإطار أنّ الخوف لايؤدّي بالضرورة إلى تغيير المواقف إلا إذا كانت تحمل في طياتها كيفيية وشروحات لتفادي الخطر وذلك لكون الرسالة التي ينعدم فيها الحل الناجح لمقاومة الضرر قد تودي بالمستمع لتحلي بما يسمى بالتجنب الدفاعي Evitement Defensif.

بحيث يرى روجيرز Rogers وماوبورن Mowborn عام 1976 أنّ مقاومة الرسالة المخيفة من طرف المستقبل تزداد إذا إرتفعت نسبة الخوف فيها، فبذلك يمكن أن يؤدي إلى إحداث ما يسمى بـ Boomerang الإرتداد إذا كانت الرسالة المخيفة لا تعطي شروحات واضحة لتفادي الخطر المحدق وهذه الظاهرة (الإرتداد) قد تودي بالمستقبل إلى نقطة البداية أي أنّها تقوى إتجاهه الخاطىء بدلا من ان تزيله، والعلاقة التي بين درجة التخويف وتغيير المواقف ورفض التجاوب. والإنسان العنيد قد يحدث تجاوبا إيجابيا مع الرسائل المخيفة، وأنّ الأشخاص المتجاوبين بسهولة هم أكثر مقاومة عندما يتعلّق الأمر بالرسائل المخيفة وكذلك الأشخاص الذين لهم تقديرا عالٍ بأنفسهم وثقة عالية بها أو شبه غرور يتجاوبون بشكل إيجابي مع هذه الرسائل خاصة في الحملات الطبية والوقائية ومستوى التجاوب يكون ضعيفاً من قبل المرضى ذوي الصحة الضعيفة، وذلك لكونهم يعيشون مواقف جدّ صعبة ناتج عن مرضهم. فلهذا نجدهم يتفادون الرسائل المخيفة والصور البشعة[60].

فما يمكن إستخلاصه أنّه لابد من ضبط معدّل التخويف سواء كان في الخطبة أو الرسالة الإقناعية ككل، حتى تؤدّي مفعولها، وإذا كان هذا المعدل أقل أو أكثر مما يجب بطل المفعول وغاب على الأثر.

بين الترغيب والترهيب:

يرى Gialdini و Mc Guire أنّ المبلغين العموميين رغم أنّ لهم الإختيار بين إستعمال الجاذبية الإيجابية (الترغيب) أوالسلبية (الترهيب أو التخويف) يميلون عموما إلى الإفراط في إستعمال السلبية[61].

ولا يرى المنظرين أن مفعول التخويف أي النداءات السلبية تعتبر أكثر تأثيرا من مفعول الترغيب فإنّ Evans وشركائه ذهبوا عام 1970[62] إلى القول أنّ النداءات السلبية تكون أحسن من النداءات الإيجابية على وعود لفظية لمتابعة الرسالة أوعلى أدلّة عن المتابعة الفعلية للتعليمات، إلاّ أنّ النداءات الإيجابية هي في الواقع أكثر فيما يتعلق بتذكر الرسالة ومتابعتها بالفعل.

وفي هذا الإطار نذكر أن الخطب التي ميزت عصر الرسول والخلفاء الراشدين عرفت مزجا بين هذين الأسلوبين أي الأسلوب الإيجابي والأسلوب السلبي في التأثير، فنجد بعض الخطب تعتمد على الترهيب والبعض الآخر يعتمد على الترغيب، وقد قام الوعظ على المراوجة بين الوعد والوعيد، كما هو الشأن في بعض مواعظ "علي بن أبي طالب" الذي يذكر بعذاب الآخرة حتى إذا رأى تغير أحوال مستمعيه وخوفهم ذكرهم بالنعيم، كما أنّ خطب الرسول عليه الصلاة والسلام التي ترغب بالجنة التي يجزى بها المؤمنون الصادقون كثيرة.

الفكاهة والإغراءات الجنسية:

بالإضافة إلى الجاذبية الإيجابية والسلبية- التي كما سبق وأن أشرت- تتعلق بنوعية الموضوع وبكيفية إستخدامها، تستعمل حملات الإتصال العمومي اليوم عنصرا الفكاهة والإغراءات الجنسية.

وتتمثل حلقة الضعف في الفكاهة في إتلافها لحقيقة الرسالة، فقد يشد الإنتباه على الشكل ويتم إهمال المضمون، وهكذا فإن الخط الفاصل بين الفكاهة والسذاجة وسرعة التصديق من الصعب تحديدها خاصة بالنسبة للصغار.

أما بالنسبة للإغراءات الجنسية فهي مستعملة بكثرة في المجتمعات الغربية حسب المختصّين حيث تجد فعاليتها وقدرتها الكبيرة على الإقناع هناك، أما

بالنسبة للمجتمعات الإسلامية فهي غير مقبولة، بالإضافة إلى أنها غير مؤطرة لا قياسيا ولا أخلاقيا.

وفي خلاصة الحديث عن مضمون الخطبة الإقناعية لابد وأن ننوه بضرورة تضمن الخطبة فكرة واحدة بالإضافة إلى ضرورة ربط الحجج والأدلة المقدمة بالسلوك المراد الوصول إليه، كما يجب أن يكون مضمون الرسالة بالإضافة إلى ترابطها المنطقي مفهوما من كل.

شكل الخطبة (الرسالة):

يتعلق شكل الخطبة بطرق تنظيمها وتنسيقها بالإضافة إلى أسلوبها وطريقة تعبيرها وعرضها الذي له أثر فعال في الإقناع والتأثير.

ولشكل الرسالة الخطابيّة أهمية كبيرة، فقد كان محور دراسات عديدة تناولت فيه فعالية أشكال تنظيم الخطبة.

- **التنسيق (ترتيب أجزاء الخطبة)**

التنسيق في اللغة التنظيم والترتيب، وفي الإصطلاح تنظيم معاني الخطبة وأجزائها وإحكام تركيبها وربط بعضها ببعض ووضع أولتها في شكل منتج[63].

فالتنسيق في الحقيقة بناء الخطبة ليجعل الغرض منها واضحا فلا يذكر المعنى إلا بعد التمهيد له، فيكون قريبا ومألوفا لدى المتلقي.

ويعتبر التنسيق ركنا مهما من أركان الخطابة ووسائل التأثير فهو قوة للخطبة ويساهم في ترتيبها، ترتيبا حكيما بحيث تكون أبين غرضا وأحسن في النفوس وقعا.

وأقسام الخطبة إجمالا ترجع إلى ثلاث:

- المقدمة.
- العرض.
- الخاتمة.

وقد كان كوراكس CORAX السبّاق لوضع الأجزاء الكبرى للخطاب وهي الأجزاء التي لم يدخل عليها من جاء بعده تغييرا كبيرا[64].

فقد رأى أرسطو بعده أنّ الخطوتين الضروريتين في الخطبة هما عرض القضية والبرهنة عليها، وهكذا فإن أرسطو يرى أنّه ليس من ضرورة للخطبة إلاّ القضية والدليل في تنسيقها فهذا هو الملائم للكلام.

أمّا "رولان بارث" Roland BARTHES فقد ذهب إلى أنّ أجزاء القول يسير في ثنائية عبر عنها في مجال البراهين بطريقة أخرى وهي ثنائية الدعوة العاطفية في المقدمة والخاتمة والدعوة إلى الواقع في العرض والدليل.

الإستهلاك	النظام البرهاني	الخاتمة
	العرض	الدليل

النظام العاطفي الإنفعالي(65)

والمتتبّع أن يحتوي الإستهلال لحظتين: لحظة الإستهواء والإستمالة وذلك حسب طبيعة القضية المطروحة، ولحظة الإعلان عن التقسيم المتبني والتخطيط المتّبع. كما أنّ للخاتمة مستويين: مستوى الأشياء أي مستوى الإعادة والتلخيص ومستوى العواطف وهذا المستوى الأخير أقل أهمية عند الإغريق منه عند الرومان(65).

أما العرض فينبغي أن يكون واضحا ومختصرا خاليا من الإستطراد والتشخيص يكتفي بالإعداد لمرحلة البرهنة فهو يضم ذكر الوقائع ووصفها زمانيا ومكانيا، ويعد العرض يسرع في البرهنة بتقديم بعض الأدلة القوية وتأخير بعضها وتقديم الحجج تنازلا (من الأقوى إلى الأضعف) أوتصاعدا (عكس الأول) أو توزع بين الأول والأخير، إذ ذلك يتحدد بالنظر إلى الظروف والمعطيات العامة التي يراعيها لخطيب(66).

أما بالنسبة للتنسيق في الخطب العربية فمن الضرورة بمكان التركيز على ضرورة تضمن الخطبة الإستهلال الديني "فمن أوصاف الخطابة أن تفتتح الخطبة بالتحميد والتمجيد...".

والجانب الذي أشار إليه البلاغيون العرب هو ضرورة تضمين المقدمة ما يدل

على الموضوع، وما أسند "لابن المقفع" قوله: "وليكن في صدر كلامك دليل على حاجتك"[67].

وقد إهتم الخطباء العرب بعرض القضايا مشفوعة بوسائل الإقناع والتأثير المتوفرة لديهم عرضا مناسبا يسمح بالوصول إلى الغرض.

وإذا كان تنسيق الخطبة من الأمور الهامة التي لابد للخطيب أن يراعيها فمن الضرورة بمكان أن نذكر أن ترتيب أجزاء القول لا يكون حتما بذات المراحل وذات العناصر بل من الخطب ما لا يشمل إلا على الإثبات كبعض خطب الشكر والتهنئة والمدح، ومن الخطب ما لا يشتمل إلا على الإثبات والخاتمة كبعض المراثي، وبعض الخطب يشتمل على كل العناصر كخطب الشورى والخطب السياسية[68].

وبالرغم من كلّ هذا فإن لتقسيم الخطب وتنسيقها مزاياة وأهميته فهو في إصطلاح الخطباء وتفصيل المقصد ببيان أجزائه بعد ذكره مجملا، وله فوائد كثيرة منها ما يعود إلى الخطيب، حيث أنه وقاية له من الخروج عن الموضوع وتكرار المعاني، ومنها ما يعود على السامعين بتسهيل إدراك الموضوع وترويح خاطرهم فينشطون للسماع بالإنتقال من قسم إلى آخر، بالإضافة إلى هذا فإنّ التقسيم يفيد الخطبة وضوحا ويكسوها حسنا وجمالا.

وعناصر الخطبة إجمالا تنحصر في:

1. المقدمة:

هي فاتحة الكلام ومرجعه وهي ما يجعله الخطيب صدرا لخطبته ورأسا لها ليثير الفكر إليها وليعطي السامعين صورة إجمالية لها[69] ولذلك وجب أن تكون محكمة الوضع مناسبة مشوقة للسامعين حتى يضمن الخطيب بقاء متلقية منتبهين إلى نهاية الخطبة ويرى "عبد الجليل شلبي" أنّ المقدّمة عبارة عن "حديث يبدأ به الخطيب خطبته لشد إنتباه السامعين نحوه ولتهيئتهم للإقبال عليه لما سيقوله لهم"[70]

ويرى «إيليا حاوي» من جهته أنّ المقدمة ليست سوى «مدخل للخطبة يتوسل به الخطيب ليمهد لأفكاره ويوهم السامعين ويستثير إنتباههم»[71].

وهي بذلك ضرورية لتنزع بالسامع من حالة اللامبالاة التي تراها عليه إلى جو

آخر يصبح فيه أكثر تقبلا للأفكارالتي سيتولى الخطيب عرضها والتأثير بها.

وكما أنّ للخطبة ترتيب وتنسيق فإنّ للمقدمة عناصر قد يحتاج إليها الخطيب إذا كانت خطبته تستحق الإطناب وقد لايحتاج إليها إذا كانت تستدعي الإختصار.

وأجزاء المقدمة هي:

○ حسن الإفتتاح:

الإفتتاح هو أوّل كلام يلقيه الخطيب على الجماعة لذلك وجب على الخطيب أن يعنى به تمام العناية لتتقبله نفوس السامعين قبولا حسنا مما يضمن تقبل ما يأتي فيما بعد من موضوع في الخطبة.

وقد قال «إبن الأثير» في هذا الإطار في كتابه المثل السائر "إنما خصت الإبتداءات بالإختيار لأنّها أول ما يطرق لسمع من الكلام، فإذا كان ذلك الإبتداء لائقا بالمعنى الوارد بعده توافرت الدواعي على إستماعه ويكفيك من هذا الباب الإبتداءات الواردة في القرآن الكريم كالتحميدات المفتتح بها أوائل السور وكذلك الإبتداءات بالنداء كقوله تعالى في أوّل سورة الحج: «يا أيها الناس إتقوا ربكم، إنّ زلزلة الساعة شيءعظيم»[72] فإنّ هذا الإبتداء مما يوقظ السامعين للإصغاء إليه.

وللخطباء في هذا المجال مذاهب كثيرة في إفتتاحهم لأنّها ترجع أولا وقبل كل شيء إلى نظرة الخطيب إلى موضوعه فهناك بعض الإفتتاحات التي تشير إلى حكمة أو مثل سائر أو بعض أقوال المتقدمين كما أنّه من الخطباء من يبتدئ خطبته بذكر كلام خصومه ثم يعقب بالنقص كما يحدث في خطب الخصوم والخطب السياسية.

وقد يندفع الخطيب لحديث يفاجئ به السامعين فيزعجهم كما كان يفعل الحجاج في إبتدأ خطبه ومنها خطبته التي أولها:

أنا ابن جلا وطّلاع الثنايا   متى أضع العمامة تعرفوني

ومن الخطباء من يفتتح خطبته بإحياء أراء قديمة للجماعة يبني عليها مايدعوهم إليه من جديد كما فعل المصطفى صلى عليه وسلم عندما أنذر عشيرته

الأقربين، إذ سألهم عن صدق حديثه فقال صلى عليه وسلم: "أرأيتم لو أخبرتكم أن خيلا بالوادي تريد أن تغير عليكم أكنتم مصدقي، فقالوا نعم جربنا "فألقى عليه الصلاة والسلام خطبته.

والخطب الدينية يستحسن فيها أن تبدأ بالحمد لله وببعض الأحاديث النبويّة الشريفة أو الآيات القرآنية التي تناسب المقام الديني الذي يتكلم فيه[73].

ومهما يكن من أمر الإفتتاح يرى "أبو زهرة" أنه يجب[74]:

- أن يكون قصيرا موجزا، لكي لا يشغل الذهن بغير المطلوب فينصرف عن الطلب الأول إلى ماهو بالمحل الثاني.
- وألاّ يكون ثقيلا على الأسماع
- وأن يكون موافقا للموضوع.

هذا ويلاحظ أن كثيرا من الخطباء لا يتجهون إلى إفتتاح خاص من لكلامهم أيا كان نوعه بل يهجمون على المقصد وهو الركن الثاني من أركان المقدمة.

○ المقصد:

هو أن يذكر الخطيب في صدر كلامه الموضوع الذي سيتناوله إجمالا من غير تفصيل، وذلك ليهيئ الأذهان لتلقيه ويشعرهم برفق إلى ماسيقوله[75]:

وبذلك وجب عند بيان المقصد من ملاحظة ثلاثة أمور:

- أن يذكر في قضيّة عامة وبعبارة جامعة فمثلا لو أراء التحدث عن العدل قال: إن العدل أساس عمران الممالك فلا يركز على مقدمات معلومة، لأنّ ذلك ليتطلب قياسا منطقيا وليس خطابيا.
- أن يكون واضحا في الدلالة على الموضوع لأنّ الغرض إذا كان بعيد المأخذ تهرب منه السامع، مثلا إذا كان الكلام عن حسن الخلق يمكن للخطيب أن يقول: من حسن خلقه وجبت محبته ومن ساء خلقه تنكدّت معيشته.
- أن يلقي في جملة تثير خيال النفس وتهزّها فتنشط إلى سماع ما يقال وتهتز أوتار القلب لكل ما يجيء به الخطيب من معان وعبارات جيدة محكمة.

ويذكر بعض المنظرين أنّه ليس بالضرورة أن يذكر المقصد بل قد يوجب المقام إهماله، وذلك أراد الخطيب أن يستدرج السامعين إلى مايريد أن يأخذهم به، ولو صرح لهم به لابتعدوا عنه وأعرضوا عنه وقاطعوه، ففي هذا الحال يجب عليه أن يأخذهم في رفق إلى ما يريد ويوضّح عباراته ودلالاته من غير أن يصرح بمقصده[76].

ومهما يكن من أمري حسن الإفتتاح والمقصد فإنّ المقدمة لا تعدو أن تكون الممهد للخطبة، بالرغم من كونها عظيمة الأهمية على إعتبار أنه إذا ما وفق الخطيب في إستثارة السامعين، إنقادوا إليه وتحولوا عن موقفهم السابق ويبقى أهم جزء في الخطبة هو عرض القضية وما يتبعه من معالجة الموضوع فهو لب الخطابة وأساسها.

○ العرض:

إنّ معالجة موضوع الخطبة هي أهم قسم من أقسام الخطبة لذلك إعتبره البلاغيون العمود الفقري لأجزاء الخطبة، وذلك لأنه يمكن الإستغناء عن الأجزاء الأخرى أما العرض فهو الأساس.

ويرى "إيليا حاوي" أنّ عرض الموضوع يعتمد بالإضافة إلى الموهبة الذاتية التي تحدس للخطيب بالأفكار على الثقافة المتوغلّة التي تثير السامع بالتعجّب والإندهاش فضل عن الحماسة والمشاركة"[77].

وينبغي على العرض أن يكون واضحا ومختصرا خاليا من الخلط، يكتفي فيه الخطيب بالإعداد لمرحلة البرهنة، لذلك وجب على العرض "أن يأخذ بسبيل الترتيب المنطقي فتبسط القضية أو المسألة ويرقى فيها درجة درجة فلا يقدم ماحقه التأخير ولا يؤخر ما حقه التقديم، بحيث يرتبط كلّ جزء بما قبله ويسلم إلى ما بعده"[78].

وعلى العموم فإنّ أهم شرط في العرض بعد عرض المسألة هو التدليل أو البرهنة عليها وهذا ما يسمّيه الدراسون بالإثبات.

○ الإثبات:

ثبت الشيء يثبت ثباتا وثبوتا فهو ثابت وثبّته على الأمر كثبته، ويقال أيضا:

لا أحكم بكذا الاّ بثبت أي بحجة، والثبت بالتحريك الحجة والبينة، وأثبت حجته أقامها وأوضحها وقول ثابت صحيح "يثبّت الله الذين آمنوا بالقول الثابت" وكله من الثبات"[79].

والإثبات في الخطابة هو موضوع الخطبة وغرضها، إذ فيه تأييد القضية التي يدعو إليها الخطيب بالدليل وهو نوعان:

أحدهما: يعنى بشرح الأدلة التي يعتمد عليها الخطيب فيما يدعو إليه وتوضيح القضية بضرب الأمثال ونحوها ويسمى ذلك القسم تبيانا والآخر هو إبطال حجج الخصم بما ينقض دعواه ويسمى تفنيدا.

أ- التبيان:

البيان ما بين به الشيء من الدلالة وغيرها وبان الشيء بيانا إتضح فهو بين، والجمع أبيناء كذلك أبان الشيء فهو مبين، وإستبان الشيء ظهر ومنه قوله تعالى "آيات بينات" والتبيّن الإيضاح والوضوح والتبيان مصدر ومنه حديث آدم وموسى على نبيّنا محمد وعليهما الصلاة والسلام: "أعطاك الله والتوراة فيها تبيان كل شيء" أي كشفه وإيضاحه[80]، والتبيان في الخطابة يقوم فيه الخطيب بشرح موضوعه ويؤيده بما يراه مثبتا له، مثيرا للإفهام لإدراكه، وقد تكلمنا فيما سبق عن الإستدلال ومصادره[81] ونريد أن نتكلم هنا في وضع الأدلة وضعا يلائم الخطابة ويتفق مع الغرض المنشود منها والمرمى المقصود، وإذا عرفنا ذلك وجب أن نعرف الأوضاع الخطابية التي يسوق فيها الخطيب الأدلة على صحة ما يقوله وبيان مرماه.

وأهم الأساليب التي ينبغي أن يتوّسل بها الخطيب وفقا "لأرسطو" وسائر دارسي الأصول الخطابية هي الأقيسة التي سبق أن إبتدرنا بالإشارة إليها بالإضافة إلى الإستمالة الوجدانية العاطفية التي لها أثر كبير في الخطابة على إعتبار أنّ المنطق الجاف المباشر إذا ما استبدّ بالخطبة فإنّه يعزلها عن السامعين ويدعهم في لا مبالاتهم، فالجماهير حسب "إيليا حاوي" "لا تتأثر بالمنطق بقدر ما تتأثر بالعواطف والصّور والأخيلة"[82].

وهناك أيضا الإستدراج وهو يقوم على أن لا يدفع الخطيب أفكاره إلى

السامعين دفعة واحدة بل على مراحل حتى تتسرب إلى نفوسهم ويؤمنوا بها وينقادوا إليها دون أن يشعروا وهو يتبع تصميما قائما، غامضا ينقاد إليه ويتطوّر به دون أن يعيه السامعون وينتهوا إليه.

والإستدراج حسب "أبو زهرة" هو "بألاّ يفاجاء السامعين بالتصريح بما يعقده كلّه بل يشككهم فيما يعتقدون وفيما يفعلون، أو يصرّح لهم ببعض ما تنتجه براهينه، حتى إذا آنسى منهم رشدا وأدرك منهم ميلا، خاطبهم بكل نفسه، وقد يكتفي ببيان ذلك القدر إن لم تكن النفوس قد تهيأت والعقول قد إستيقظت لإدراكه كله"[83].

والإستدراج باب خطابي واسع نطاقه ويتخذ طريقا لإثبات الكلام الخطابي وذلك بأن يبدأ الخطيب في إلقاء الريب فيما عليه من يخاطبهم، ثم يلقي إليهم ببعض ما تنتجه الأدلة مغضيّا النظر عن النتائج الحقيقية السليمة التي تنتجها البراهين، حتى إذا اطمأن إلى أنه أخذ بزمام الجماعة يقودها إلى حيث يشاء، ألقى إليهم بالنتائج كلها لبراهينه.

والإستدراج كما نرى يكون في المقامات الخطابية التي يكون الخطيب فيها متصديا للدعوة لأمر لم تألفه الجماعة أو الفكرة تناقض أمرا إتفقت عليه.

إلاّ أنّ تلك الوسائل لا تجدي إذا ما لبث الخطيب يتحدث حديثا نظريا بأفكار يعجز السّامع عن الولوج إلى أبعادها، فقد ينفعل الخطيب ويصدق، ويلّم بأفكار جديدة، دون أن يوفّق في التأثير على السامعين، لأنّه عجز عن تقريب الأفكار إلى مفهوم الشعب، وتمثيلها لهم تمثيلا يسيغونه، ولهذا فإن اعتماد القصص يسهم كثيرا في تقريب المعاني وتجسيدها تجسيدا ماديا، فالقصة تصوّر المعاني تصويرا خلال الحوادث ولاتدعها ذهنية مجردة دون شكل أو ملامح[84].

ويرى "أبو زهرة" أنّه "يجب على الخطيب بعد كل هذا خلال إيراد قضيته وتأييدها بالدلائل والحجج أن يكون كلامه متماسكا، آخذا بعضه بعضا، بحيث تكون كل فكرة ممهدة لما تليها، منبثقة عنها أو مشيرة إليها، لأنّ الفكرة لا تعيش إلا مع إخواتها أو مع ما يلائمها فإن ذكرت من غير تمهيد لم تستقر في النفس

ولم تكن في القلب وفوق ذلك لا يكون الكلام متسقا في تركيبه متساوقا في معانيه"[85].

ولذلك وجب على الخطيب أن يلاحظ قانون تسلسل الأفكار ملاحظة تامة ليستخدمه في إثارة أفكار المتلقين وتهيئها لما يريد، فإن أثار خواطرهم نحو فكرة ألقى إليهم فيها ما يرضي سؤالهم وما يكون إجابة لطلبهم فيستقر في النفس ويثبت فيها.

وهكذا فإنّ تقديم الخطيب للحجج بشكل واضح ومحدد كفيل بأن يحمل المتلقين على تغيير مواقفهم وبالتالي إقناعهم بما يعرض عليهم في الخطبة.

ب- التفنيد:

فند رأيه إذا أضعفه وأفنده خطأ رأيه والتفنيد هو اللوم وتضعيف الرأي[86].

والتفنيد في الخطابة هو أن يبيّن الخطيب بطلان ما يدعيه الخصم[87].

والتفنيد مقام خطير لا يناله إلا ذوو البيان القوي إذ هو جواب الخصم على ما يدعي من مذهب وما يؤيد به دعواها من حجج وهو أيضا إزالة تأثير حجج الخصم وأثرها في نفوس السامعين.

للتفنيد حالان:

- **إحداهما** أن يتصدى لنقض براهين الخصم قبل أن يدلي لها وذلك بأن يفنّد كل ما يتصوره دليلا لخصمه، ويفرض كل الفروض ثم يهدمّها فرضا فرضا حتى لا يبقى أمرا ثابتا سوى دعواه، ويعمد إلى هذا بعد أن يشبع السامعين بدلائل إيجابية على صدق دعواه ليكون التعقيب قطعا لطريق الإثبات على الخصم ومهاجمة له في صميم إستدلاله.
- **وثانيهما** أن يرّد على الخصم بعد إلقاء أدلّته بأن يبين ما فيها من غلط وباطل، كأن يستشهد بالثقات على ما يقول أو أن يوازن بين الدليلين ليثبت أنّ دليله أقوم، ومن أساليب الرّد كذلك أن يبتدئ الخطيب عند تفنيد أدلة خصمه بذكرها واضحة قويّة الوضوح ثم يتجه إلى نقضها بالأقيسة الخطابية والمنطقية معا[88].

ومهما يكن من وقت رده، يجب أن يكون الخطيب متنبها يقظا إلى كل ما يعتمد عليه خصمه من دليل وأن يكون في ردّه عليه واضحا معلنا أن الغرض الوصول إلى الحقّ.

ترتيب وتنظيم الحجج:

لكي تكون الحجج أكثر فعالية لابد من أن تكون منظمة ومرتبة بصفة تكون أكثر إقناعا، فالسؤال المطروح متى تكون الحجج مقنعة؟ عندما تقدّم في أول الخطبة أم عندما تقدم في آخر الخطبة؟

لذا يمكن التمييز بين حالتين:

الحالة الأولى: في الخطبة التي تؤيد وجهة نظر معينة يجب أن يقرر الخطيب ما إذا كان سيقدم حجته الأساسية في البداية أم في النهاية.

وفي الحالة الثانية: حينما يقدم المصدر أو الخطيب الجانب المؤيّد والمعارض للموضوع، فأي الجوانب الذي سوف يؤثر على الرأي؟ الذي سيقدم أولا أم الذي يليه؟

يتضح لنا أن الخطبة التي تحمل أقوى وأهم الحجج حتى النهاية فإنها تؤمن بأنّ أي تأثير يقدم في النهاية أقوى، أمّا الخطبة التي تقدم الحجج الرئيسية في البداية والضعفية في النهاية فهي تؤمن بأنّ التأثير سيكون في البداية.

من هنا يتضح لنا أنّه من الأفضل تقديم الحجج القوية والأكثر إثارة للإهتمام في البداية لجذب إنتباه المتلقي ولكن في حالة ما إذا كان هذا الأخير لديه حبّ الإستطلاع والرغبة في معرفة الموضوع فإنّ إعطائه المعلومات في البداية سوف يقلل من إهتمامه، وفي حالة ما إذا قدم الخطيب في خطبة واحدة حججا متناقضة، فإنّ المواد التي تقدم أولا يكون لها تأثير أكثر على المتلقي ولإحداث التغيير فمن الأفضل تقديم الحجج المؤيدة أولا ومن ثم الحجج المعارضة.

ويتساءل منظرو الإتصال اليوم الكثير من التساؤلات التمحورة حول الرسالة وكيفيّة عرض الحجج وترتيبها وطريقة التوصل إلى النتائج ويذهب كل من "هوفلند" و"مانديل" في هذا الإطار إلى طرح تساؤل جوهري: هل من الأحسن طرح كل شيء في الرسالة الحجج والمواقف معا أم الإكتفاء فقط بذكر الحجج تاركين

المستقبل ليستنتج وحده الرأي أو الموقف دون توصيله إلى النتجة؟[89] فأشارات نتائج الأبحاث إلى أنّ الإقناع يصبح أكثر فعالية إذا حاولت الرسالة أن تذكر نتائجها وأهدافها بوضوح بدلا من أن تترك للجمهور الفرصة لإستخلاص النتائج بنفسه، وقد وجد كل الباحثين، أنّ نسبة الأفراد الذين غيروا مواقفهم إلى الناحية المؤيدة للرسالة بلغت الضعف حينما قدّم المتحدث الحجج بشكل واضح ومحدد بالمقارنة إلى نسبة الذين غيروا مواقفهم بعد أن تعرّضوا للرسالة التي يترك عبء إستخلاص نتائجها.

ولابد أن نشير إلى أن هناك عدة إعتبارات تدخل في عنصر الترتيب، الوضوح والضمنية مثل مستوى الذكاء وتعليم المتلقي وأهمية الموضوع بالنسبة له.

حيث تبين لنا أنّه كلما زاد ذكاء المتلقي كلما كان أفضل والعكس صحيح بالنسبة للفرد الأقل ذكاء حيث يصعب عليه الوصول إلى النتائج الصحيحة.

○ الخاتمة:

هي آخر ما يلقيه الخطيب من خطبته، فلها الأثر الباقي الواضح وتسمى حسن الإنتهاء وحسن المقطع وكما يجب التألق في المطلع يجب البراعة في المقطع إذ هو آخر ما يتردد صداه في قلوب السامعين وبه تتم الفائدة.

وأحسنه ما آذن بانتهاء الكلام بأن يشير المتكلم في كلامه إلى ما يشعر بانتهاء العرض المقصود ومن شروط الخاتمة[90]:

- ألاّ تكون بعيدة عن الموضوع ولا مجدّدة لأدلة أو آراء جديدة لأنّها حينئذ لا تكون خاتمة وإنّما تكون جزءا من الخطبة وامتدادا. ومهمة الخاتمة هي تركيز معاني الخطبة وإستمالة الناس أكثر نحوها.
- أن تكون موجزة-فالخطباء حريصون على أن يبرزوا فيها غايتهم من الخطبة ليكون الإقناع، وتحريك العواطف والتلاعب بالمشاعر ليتم التأثير والإستمالة.
- أن تكون قويّة في تعبيرها وأيضا في إلقائها.
- أن تكون مثيرة للعاطفة في الأمر الذي يريده الخطيب لذلك، كان من الضروري ألاّ تتسع الخاتمة إلى الجدل والنقاش كالموضوع، بل ينبغي أن تتفجر بالأفكار والعواطف اليقنية التي تبقى مدويّة في وجدان السامع.

التعبير (الأسلوب) والإنشاء الخطابي:

يرى AMBERT أنّ للتعبير قسمان أو وجهان يجب التفريق بينهما:

1- الإلقاء La Diction.

2- الأسلوب Le style.

الإلقاء له علاقة وطيدة بميزات وقواعد لغة الخطاب ويتطلب التصويب.

أمّا الأسلوب فعلى العكس تماما من الأوّل، يشتمل على مميزات التعبير الأكثر خصوصية وصعوبة وندرة، تلك الخصائص المحددة لعبقرية وموهبة الكاتب أو الخطيب[91].

فالأسلوب إذن هو المحدد لحقيقة البيان وحسن التعبير، وهو وإن كان يتعلق بمميزات التعبير الأكثر خصوصية وتميزا

بحيث أنّه يميز الخطيب العبقري الموهوب عن غيره، فإنّ "بوفون" يرى أنّ "الأسلوب هو الإنسان أي أنّه الصيغة أو التأليف الذي يرسم خصال المرء وسجاياه"[92].

ويعني ذلك أن الأسلوب هو الطريقة التي يستعملها الكاتب أو الخطيب في التعبير عن موقفه والإبانة عن شخصة المتميزة عن سواها لا سيما في إختيار المفردات وصياغة العبارات والتشابه والإيقاع.

لذلك يطلق الفلاسفة الأسلوب على طريقة وضع الأفكار في كلمات كما رأووا أنّه "نمط له خصوصيّة في الصياغة والتعبير في لغة الكتابة أو لغة الحديث"[93].

والأسلوب بصفة عامة هو السمّة التي يتجلى طابعها على الأديب في مناهجه التي يسلكها لأداء مقاصده وهو في العلوم والفنون الأخرى - غير الأدب- طريقة التعبير.

وقد جرى تعريف الأسلوب على هذا النحو على أساس أنّه مجموعة الخصائص المميّزة لنص والمتعلقة بشكل التعبير أكثر من تعلقها بالفكرة التي يقوم النص بتوجيهها.

كل القصة لأن ذلك يجعل من الخطبة درسا.

5. تختلف ألفاظ الخطبة وعباراتها بحسب المقام الذي يقال فيه، فخطب التهديد والوعيد، وخطب الحرب وإخضاع المتمردين تمتاز بقوّة العبارات وفخامة التعبير وإستعمال الكلمات الشديدة الغليظة كما في خطب "الحجاج" :"...أما والله لأحزمنّكم حزم السلمة ولأضربنّكم ضرب غرائب الإبل..."

أمّا في حال السلم والهدوء التي لا تعدو الخطبة أن تكون فيها نصيحة فلا داعي لهذه الشدّة ويكفي إستعمال الألفاظ المألوفة والرقيقة، ونحن نجد هذا الأسلوب في القرآن حيث كانت السور التي نزلت بمكّة تخاطب قوما معاندين أشدّاء وكانت التي نزلت بالمدينة تخاطب قوما طائعين ميستعدين لتنفيذ ما يلقى عليهم فاختلف أسلوب كلّ منهما بحسب مقاماته[97] ولننظر إلى قوله تعالى:"الزانية والزاني فاجلدوا كلّ واحد منهما مائة جلدة ولا تأخذكم بهما رأفة في دين الله إن كنتم تؤمنون بالله واليوم الآخر وليشهد عذابهما طائفة من المؤمنين" وقوله تعالى:"ياأيها الذين آمنوا لا تدخلوا بيوتا غير بيوتكم حتى تستأنسوا وتسلموا على أهلها ذلكم خير لكم لعلّكم تذكّرون".

فتجد في الآية الأولى عددا من التشديدات، أمّا الآية الثانية فهي مجرد نصيحة تبّين أنّ بها خيرا للمؤمنين.

الفرق بين الأسلوب الكتابي والأسلوب الخطابي:

إنّ بين الخطابة والكتابة فروقا تقتضيها طبيعة الأشياء وظروف الإلقاء والكتابة والعوامل النفسية التي يعتمد عليها الخطيب في إستمالة السامعين وإجتذابهم والتحدّث إلى الجماعات في الخطابة على حين أنّ الكاتب يقرأ على إنفراد، وهو لا يواجه القارئ إلاّ بما كتب، على حين أن الخطيب يواجه المستمعين بأشخاصهم ويرمقهم بنظره كما يرمقونه بأنظارهم ويهفون إليه بأسماعهم.

ومن هنا كان للخطبة غير ما للرسالة أو المقالة من أثر، ومهما قيل في الخطابة وهل تعتمد على الإقناع وحده أم على الإستثارة والإنفعال، أم عليهما معا فإنّه لا نكران أن للأسلوب الخطابي من الشروط ما لا يطلب حصوله في أسلوب

الكتابة أو الرسالة، فإنّ مخاطبة الجماهير تقتضي نوعا من التعبير لا يشرط في العبارة الكتابية التي يقرؤها القارئ على خلوة وإنفراد، وفي هدأة من النفس تحتاج إلى إعمال العقل أكثر مما تحتاج إلى إستفزاز العاطفة.

وعلى العموم فإنّ الفرق بين الأسلوب الخطابي والأسلوب الكتابي يتحدد في بعض النقاط التي تحدّث عنها "أبو زهرة"[97].

1. للكتابة إنشاء وللخطابة إنشاء آخر لأنّ الكاتب غير الخطيب، ويلاحظ في عبارات الثاني ما لا يلاحظ في عبارات الأول، فإن كلمات الخطيب يلاحظ فيها أمران لم يلاحظا في الكتابة: إحدهما أنّ الكلمات تمر على لسان الخطيب قبل أن يلقيها، وثانيهما أنّ لها أثرا في آذان السامع ولجرسها وقع في نفسه، فالسامع للخطيب يذوق ويسمع ويفهم ويلاحظ النطق، أما القارئ للكاتب فينظر إلى إستقامة الأسلوب ويفقه المعنى فقط، ولذلك يجب أن تكون ألفاظ الخطبة سهلة النطق لا يتعثر اللسان في إبرازها ولا تتزاحم حروفها ويجب أن تكون مقاطع الخطبة ذات وقع مؤثر أما الكتابة فلا يشترط في مقاطعها مثل ذلك الشرط.
2. الكتابة قد تقيّد بقيود المنطق ولا تشتمل على ما يثير الشعور ويوقظ الوجدان كالمذكرات القانونية وأشباهها، ولا يعد ذلك عيبا فيه، أما الأسلوب الخطابي فإذا ذهب عنصر الشعور والوجدان منه فذلك يذهب غرض الخطبة وهدفها.
3. ويعتبر التكرار والتفنّن في التعبير عن المعنى بعبارات وأساليب مختلفة وسيلة من وسائل التأثير الخطابي يتّجه إليه الخطيب فيكرّر القضايا الكلّية مرّة مقرّرا ومرة مستفهما وأخرى مستنكرا ومرّة متهكمًا وذلك كلّه حسب مقتضى الحال والمقامات، أمّا الكتابة فإنّ أكثر الإطناب فيها لا يكون على هذه الشاكلة بل بالتحليل والتفصيل والإستقراء ونحو ذلك.
4. يتوقف إيجاز أو إطناب الخطيب بحال السامعين من حيث إقبالهم أو مللهم ورفضهم، أما الكتابة فيجب أن يوفي فيها الكاتب ما يكتب بإيجاز أو إطناب لأنّ بين يديه الموضوع فقط وليس ذلك حال الخطيب الذي يلاحظ السامعين فيطيل ليرضيهم وليستفز شعورهم ويوجز في أحيان أخرى.

بالرغم من وجود هذه الفروق بين الأسلوب الكتابي والأسلوب الخطابي وذلك لأنّ الأسلوب الخطابي هو الغالب في الخطابة والأسلوب الكتابي هو الغالب في الكتابة إلاّ أنّه يمكن أن تستعير الكتابة من الخطابة أسلوبها، كما إذا كان الكاتب في مقام يشبه مقام الخطابة، كزعيم يخاطب أمّته عن طريق الصحف إذا تعذر عليه خطابها عن طريق المشافهة، وقد يستعير الخطيب من الكتابة أسلوبها ويكون ذلك موافقا لمقتضى الحال كبعض المحامين الذين تستغرق مرافعا تهم الفوع القانونية، فمن الكتابة ما يكون خطابة تنقصها المشافهة ومن الخطب مايكون كتابة ينقصها القلم.

ولم يفرّق النقاد الأقدمين في هذا الإطار بين الأسلوب الكتابي والأسلوب الخطابي فيرى "قدامة" أنّ البلاغة في الكتابة والخطابة واحدة، وأبو "هلال العسكري" يقول "واعلم أنّ الرسائل والخطب متشاكلتان في أنهما كلام لا يلحقه وزن ولا تقفيه، وقد يتشاكلان أيضا من جهة الألفاظ والفواصل، فألفاظ الخطباء تشبه ألفاظ الكتاب في السهولة والعذوبة، وذا فواصل الخطب مثل فواصل الرسالة ... إلاّ أنّ الخطب يشافه بها والرسالة يكتب بها، والرسالة تجعل خطبة، والخطبة تجعل رسالة في أيسر كلفة"[98].

البناء الفني للنص الخطابي:

للأسلوب الخطابي عدّة سمات تجعله يبني الخطبة بناء فنيا متميّزا، ويمكننا أن نجمل السمات العامة للأسلوب الخطابي في بعض العناصر:

1. البيان الصريح والوضوح:

يقوم الأسلوب الخطابي على مبدأ الوضوح بغرض الوصول إلى أذهان المستمعين بدون حواجز.

والوضوح نعني به البيان الصريح الذي يتأتى من العبارات الواضحة الظاهرة المعاني التي يكون الغرض منها مفهوما لدى السامعين، ويقول "الجاحظ" في ذلك: "ولا تجعل همّك في تهذيب الألفاظ وشغلك في التخلص إلى غرائب المعاني وفي الإقتصاد بلاغ"[99].

ولم يقف مطلب الوضوح عند البلاغيين والنقاد عند الخطابة بل إشترطوه في الشعر أيضا[100].

ولتحقيق مبدأ الوضوح إشترطوا لفصاحة الكلام الخلوّ من التعقيد والغريب وكلّ ما ينافي الطبع ويعوق إقتناع المستمع بصدق الخطيب، ويقول البلاغيون في ذلك: "ومن الأوصاف التي إذا كان في الخطيب سمي سديدا وكان من العيب معها بعيدا أن يكون في جميع ألفاظه ومعانيه جاريا على سجيته غير مستكره لطبيعته ولا متكلّف ما ليس في وسعه، فإنّ التكلف إذا ظهر في الكلام هجنّه وقبّح موقعه".

فالوضوح ألاّ يستعمل الخطيب كلمات لغوية غامضة ولا تعبيرات مجازية بعيدة عن المعنى وهذا حتى يتمكّن من الوصول إلى أذهان المستمعين.

ولكن هذا لايعني عدم إعتماد الخطيب على الصنعة الخطابية من خلال أسلوب التصوير والتركيب... إلخ التي تعتبر سمة من سمات قوة الأسلوب.

فالوضوح هنا يعني الإبتعاد عن التكلف الذي يختلف عن التصوير.

ولنوّضح أكثر هذا العنصر نقتاد هذا المثال الذي أتى به "محمد العمري" في كتابه "في بلاغة الخطاب الإقناعي" "قال زياد يوما لحارثة بن بدر: من أخطب الناس أنا أو أنت؟ فقال: الأمير أخطب مني إذا توعد ووعد وأعطى ومنع، وبرق ورعد، وأنا أخطب منه في الوفادة وفي الثناء والتحبير، وأنا أكذب إذا خطبت فأحشو كلامي بزيادة مليحة شهية، والأمير يقصد إلى الحق، وميزان العدل، ولا يزيد فيه شعيرة، ولا ينقص منه.

فقال له زياد: قاتلك الله لقد أجدت تخليص صفتك وصفتي من حيث أعطيت نفسك الخطابة كلها وأرضيتني، ثمّ التفت إلى أولاده فقال: هذا لعمركم البيان الصريح"[101].

نلاحظ منم خلال هذا العرض أن "حارثة" أخطب فيما أدخل به كلامه من زيادات وكذب فني وهذه عناصر أسلوبية، والأمير يقول ما يشاء في أسلوب مباشر.

وانتبه "زياد" إلى أن "حارثة" بن بدر قد أعطى نفسه الخطابة كلها في بيان

صريح.

والسؤال الذي نطرحه الآن هو ذات التعقيب الذي أورده "محمد العمري" على خطبة "حارثة" مع "زياد" قائلا:

"ما طبيعة الكذب والزيادات الشهيّة في الخطابة التي هي فن الإقناع؟ وما حدود هذه الزيادات وذلك الكذب؟ هذا ما ستعرفه في أسلوب التصوير.

2. أساليب التصوير والتركيب:

يرى "محمد العمري" أن كل ما زاد عن متطلبات التوصيل دون أن يوقع في الغموض والبعد عن التأثير والإقناع هو ما نعني به تلك الزيادات الأسلوبية الموجودة في الخطابة والمتعلقة بالصنعة الخطابية.

ويمكن إرجاع جانب من ذلك إلى "الصورة الأدبية إبتداءا من النعوت والأوصاف إلى التشبيه والإستعارة والمجاز والكناية... كما يرجع جانب منها إلى المقابلة بين المعاني (الطباق) وإختيار الألفاظ المعبّرة[102].

وهذا ما ينقل لنا بوضوح ما يسمى أسلوب التصوير الذي يعرفه أحمد الشايب بأنّه "ما يتجاوز بالعقل معناه الحرفي إلى معنى أو معان أخرى مجازية"[103].

والمجاز كمفهوم يدل على: "نقل المعنى أو الإنتقال باللفظ من معناه الأصلي القريب إلى معنى فرعي بعيد يدرك من وراء الألفاظ"[104] والمجاز حسب أرسطو "كل ما يتجاوز التعبير الحقيقي السهل ومنه التشبيه والإستعارة والتقابل والأمثال"[105].

وبالرغم من أن "الجاحظ" اعتبر أن المجاز "خروج عن المعنى الأصلي وإبتعاد عنه على إعتبار أنّه عبارة عن مخالفة ترتكب من قبل المتكلم ضد قاعدة التطبيق بين اللفظ والمعنى"[106] إلاّ أنّ هذا الموقف لم يمنعه من إعتبار المجاز ظاهرة لسانية واقعية نجدها في كلام العرب كما نجدها في القرآن، والعرب أنفسهم أفرطوا في المجاز وذهبوا فيه إلى أبعد المعاني.

وهكذا فإن أسلوب التصوير يتضمن:

التشبيه: هو بيان أن شيئا أو أشياء شاركت غيرها في صفة أو أكثر بأداة هي الكاف أو نحوها، ملفوظة أو مقدرة، تقرب بين المشبه والمشبه به في وجه

التشبيه [107].

و"الجـاحظ" نظـر إلى التـشبيه مثلمـا نظـر إلى مواضـيع بلاغيـة أخـرى لا كوسيلة للتبليغ أو لإحراز الأثر الفنّي في النفوس فقط، ولكن كوسيلة لتقويم الفرد والتأثير في أخلاقه وتصرفاته.

الإستعارة: تعني لغة رفع الشيء وتحويله من مكان إلى آخر، يقال استعار فلان سهما من كنانته: رفعه وحوله منها إلى يده[108].

ويرى البلاغيون المحدثون ومعهم "إبن رشيق" أنّ الإستعارة تعتبر الدعامة الأولى والموضوع الأساسي في البلاغة.

والإستعارة عند "الجاحظ" هي "إعطاء خصائص شيء وسماته لشيء آخر لايستحقها في أصل الكلام لسبب معين هو عجز الأسماء عن إستيعاب المعاني"[109] فالمتكلم حسب "الجاحظ" يلجأ لسد الفراغ الناشئ عن هذا العجز إلى إسم مجاور ينقله من مكانه العادي ويحوله عن مجراه الطبيعي إلى ذلك الموضع الشاغر والإستعمال المؤقت حتى يتمكن من التعبير عما يريد وإبلاغ السامع ذلك المعنى الجديد. فالإستعارة إذن نقل للمعاني.

وحسب "عبد العزيز عتيق" فإنّ الإستعارة تطلق على إستعمال إسم المشابه به في المشبّه، فيسمى الشبه به مستعارا منه، والمشبّه مستعارا له، واللفظ مستعارا.

وتنقسم إلى قسمين: تصريحية ومكنية

فالإستعارة التصريحية هي ما صرح فيها بلفظ المشبه به أو ما استعير فيها لفظ المشبه به للمشبه.

وأما الإستعارة المكنية فهي "ما حذف فيها المشبه به أو المستعار منه، ورمز له بشيء من لوازمه[110].

الكناية: هي لفظ أطلق وأريد به لازم معناه مع جواز إرادة ذلك المعنى أي المعنى الحقيقي للفظ الكناية [111] ويجعل "الجاحظ" من الكناية نظاما خاصا فهو ينظر إليها على أنها كلام خاص، فهو يقابل في كثير من النصوص الكناية بالإفصاح، والإفصاح في هذه النصوص معناه الظهور والصراحة المرادفين للتعبير

الطبيعي الذي يتوخى فيه المتكلم المطابقة التامة بين اللفظ والمعنى[112].

ويعتبر "الجاحظ" الكناية نظاماً خاصاً لأنّ ما يميّزها عن أوجه البيان الأخرى التي تتوخى التكلف هو درجة الإبتعاد عن المعنى فقولنا مثلا كثرة الرماد يعبّر عن الحقيقة بالفعل وهو كناية عن الكرم، لذلك فهي من نوع العلاقة التي تجمع بين المعنى المقصود في الكناية "الكرم في كثير الرماد" بالمعنى الحقيقي لهذه العبارة.

وإذا كانت أوجه أسلوب التصوير المختلفة تحمل هذه الأهمية فتجدر الإشارة إلى أنها كانت من بين الأساليب الأكثر إستعمالا في الخطابة اليونانية.

فقد اعتبر "أرسطو" أنّ الإستعارة بمعناها الواسع عنصر إغراب يحدث الهيبة والعجب "وما يحدث العجب يحدث اللذة"[113].

والخطابة العربية خصوصا تلك التي جاءت في صدر الإسلام تستعمل أسلوب التصوير في حدود، حيث أنها كانت خطابة تعتمد على مبدأ أساسي يكبح جماح العنصر الإستعاري وهومبدأ الوضوح الذي أشرنا إليه.

أمّا في العصر الأموي فقد زاد إعتناؤهم بالتصوير حيث إعتبرت الصورة عند "الحجاج" و"عمرو بن سعيد الأسدق" و"عتبة بن أبي سفيان" أكثر من مساعد للأفكار بل حجج قائمة بذاتها مما يجعل من التصوير مادة الخطبة الأساسية.

وهناك أسلوب آخر استعمل بكثرة وهو أسلوب التركيب فقد تكون الصورة مركبة كثيفة توازي واقعا لا يصرّح به، إمّا لكونه معروفا مستهلكا أو للرغبة في إخراجه مخرجا مختلفا.

تتّسم قوة التركيب بالوسائل التالية: "تقديم الكلمة أو تأخيرها بالنسبة إلى موضوعها الطبيعي دلالة على القصد أو التفخيم"[114] مثل قوله تعالى: "إياك نعبد وإياك نستعين"[115] ونقول أردنا تفخيم الفعل "الحجّاج خطب".

ويهمنا هنا أن نلاحظ أنّ الصورة تقوم مقام الحجّة وتعوّضها تبعا لحال المخاطب والتصوير في الخطب الوصفية السياسية ذات الطابع الحماسي أوفر وأبدع

منه في الخطابة التعليمية والمناظرات التي تعتمد في الغالب على توصيل الفكرة في عبارة شفافة مدعومة بالحجة في المناظرات وبالمثال في الخطابة التعليمية، أمّا الخطابة الوعظية فصورها مكرورة تدور حول زوال الدنيا وغرورها وبقاء الأخرة:"يا ابن آدام بع دنياك بآخرتك تربحها جميعا ولا تبع آخرتك بدنياك فتسخرها جميعا".

ويعوّض التصوير في الخطب الوعيظة بالمقابلات المعنوية بين عالم زائل وعالم باق بين الأوائل والأواخر... إلخ

على أنّ الخطباء الكبار إذا ما بدا لهم بناء خطبة على المقابلات المعنوية فإنّهم يحرصون على تقديم تلك المعاني في صور مجازية وفواصل متوازية[116].

والمقابلة حسب "أحمد الشايب" "هي شكل من التحدي بين المعاني والمنافسة في الظهور، وهذه قوة المعاني ظاهرة في قوله تعالى: "فليضحكوا قليلا وليبكوا كثيرا"[117].

النبرة (الإيقاع) في النص الخطابي:

نعني بالنبرة ذلك الفن المصاحب للألفاظ المتناغمة والألفاظ المسجوعة التي إن تحدّث بها خطيب أو متكلّم أحدثت إحساسا مستحبًا لدى المتلقي، ويسمّيها "محمد العمري" الصناعة الصوتية وهي عند "أرسطو" في الخطابة "في منزلة وسط بين النظم المطرد الوزن والنثر المرسل"[118].

أي أن إيقاع النص الخطابي لايكون كثير الصناعة الصوتية ولا قليل الصناعة الصوتية فهو يقع في الوسط لذلك فإن "أرسطو" يفضّل العبارة المقسّمة المتقابلة على العبارة المسترسلة، أي العبارة التي يدرك الطرف نهايتها وذلك لأنّ "الكل يسرّون إذا رأوا النهاية"[119].

وإذا كان السجع في البلاغة العربية من أهم الظواهر الأسلوبية الإيقاعية كما يذكر "محمد العمري"، فإنّ "الجاحظ" يقدّم مطابقة فنية في أربع مستويات، يرتب فيها المحسنات اللفظية التي تحدث الإيقاع حسب التدريج. وهي على النحو التالي: المزدوج، السجع، الرجز والقصيد.

وينقل "محمد الصغير بناني" عن "الجاحظ" ما يرويه أحد الرواة في إستحسان

أو إستهجان مثل هذه المحسنات اللفظية قائلا: "وجدنا الشعر من القصيد والرجز قد سمعه النبي صلى الله عليه وسلم فاستحسنه وأمر به شعراءه وعامة أصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم قد قالوا شعرا قليلا كان أم كثيرا واستمعوا واستشدوا، فالسجع والمزدوج دون القصيدة والرجز"[120].

وهذا ما يقوله تقريبا "جان كوهين" J. Cohen فقد جاء في كتابه "بنية الكلام الشعري" « structure du langage poetique » أنّ النثر الفني لا يختلف عن الشعر إلاّ من حيث كميّة القيود الموجودة في هذا الأخير فالنثر شعر لطّفت حدّته والشعر نثر بلغت فيه الفنية أعلى سورتها[121].

ويبين مما سبق أن المزدوج والسجع من خصوصيات النثر الخطابي أما الرجز والقصد فهما من خصوصيات الشعر.

ويقول "ابن وهب" في حديثه عن السجع "ينبغي أن يكون بعض الكلام لا في جمعيه، فإنّ السجع في الكلام كمثل القافية في الشعر، وإن كانت القافية غير مستغني عنها والسجع مستغني عنه"[122].

ويؤكد "ابن وهب" بكلامه هذا ما سبق وأن أشرنا إليه وهو المنزلة الوسطى التي يحتلها الكلام البليغ الذي ليس شعرا ولكن ماذا عن إيقاع النص الخطابي؟

لقد رفض البلاغيون العرب إطراد السجع وغيرها من المحسنات اللفظية لما ينّم عنه ذلك من تكلف يعوق الوظيفة الإبلاغية للخطاب، فظهور التكلّف مناف لغرض الإقناع الذي تستهدفه الخطابة ومع ذلك فـ" لا يحسن منثور الكلام ولايحلو حتى يكون مزدوجا ولا تكاد تجد لبليغ كلاما يخلو من الإزدواج"[123].

والإزدواج هو مزدوج الكلام وهو الذي تنتهي فيه التقفية بعد جملتين.

ويمكن تعريف المزدوج حسب "الجاحظ" بأنّه "كلّ تركيب مفيد مؤلف من أقل ما يمكن من الألفاظ لكن يشتمل حتما على جملتين للتمكّن من تحقيق مطابقة تجمع بين عنصرين من عناصره جمعا، لا يظهر فيه التكلّف وينتهي عادة بعد فاصلتين"[124].

وهكذا يأتي المزدوج في الدرجة الثانية بعد النثر (الخطاب العادي بين الأشخاص).

أمّا السجع فيؤكد "الجاحظ" أنّه "دون الشعر في التكلف والصنعة"[125]، كما أنّه فوق المزدوج لأنّ السجع يبدأ حيث ينتهي المزدوج، فالسجع يتجلى في تمديد المطابقة إلى عنصر ثالث في الترتيب فتصبح المطابقة كما يلي:

- النثر مطابقة تامة بين اللفظ والمعنى، أي أنّ عدم المطابقة فيه صفر.
- المزدوج: خروج عن المطابقة بدرجة (أو بدرجتين إذا إعتبرنا الصفر درجة أولى).
- السجع: خروج عن المطابقة بدرجتين (أو بثلاث درجات إذا إعتبرنا الصفر درجة أولى).

وكثير من الأسجاع التي أوردها "الجاحظ" كنماذج لذلك تنتهي بعد الفاصلة الثالثة كقوله نقلا عن "عمر بن ذر": اللّه المستعان على ألسنة تصف/ قلوب تعرف/ وأعمال تخلف"[126].

وبالإعتماد على هذا كلّه نستطيع أن نقول أن المزدوج خروج عن القاعدة النثرية بدرجة، بينما السجع هو خروج عنها بدرجتين، وللإستزادة نذكر المثال التالي الذي آشار إليه "الجاحظ":

- ماؤها وشل/ ولصّها بطل/ وثمرها دقل.
- ماؤها وشل = نثر
- ماؤها وشل/ ولصّها بطل/ مزدوج
- ماؤها وشل/ ولصّها بطل/ ثمرها دقل/ سجع

ويقول "الجاحظ" في استحباب السجع والمزدوج مالم يطل القول ومالم تكن القوانين متكلفة "وقد علمنا أنّ من يقرض الشعر ويتكلف الأسجاع ويؤلف المزدوج ويتقدّم في تعبير المنثور أحمد أمرا وأحسن موقعا من القلوب وأنفع للمستمعين"[127] وقد تمّ تقسيم الخطابة في القرن الأول حسب العنصر الصوتي الإيقاعي إلى ثلاثة مستويات[128]:

- خطب كثيفة الصناعة: مسجوعة

- خطب متوسطة الصناعة: بين السجع والإزدواج.
- خطب مرسلة قليلة الصناعة.

- **الخطب المسجوعة:**

إنّ السجع المرّصع هو أغلب ما وصلنا من خطب الجاهلية، خاصة سجع الكهّان، وخطب الوعظ والتأمّل في الكون والفناء وهو في أكثره ترصيع بأمثال، ومن ذلك ما نسب إلى المتنبئين من نثر قبل الإسلام، ومن ذلك ما نسب للكاهن "الخزاعي" في الحكومة بين "هاشم بن عبد مناف" و"أمية بن عبد شمس بن عبد مناف"، وقد نفر "هاشما" في حكومته تلك ونصّها: "والقمر الباهر، والكوكب الزاهر، والغمام الماطر، وما بالجوّ من طائر..." وكان هذا الصنف من السجع يتنفس في فضاء ديني تنبئي"[129].

وهذا الإرتباط بين الدين والكهانة وبين الصناعة الصوتية يبين وظيفة الإيقاع الإقناعية، ذلك أنّ توقيع الكلام وتوازنه يكاد يكون حجة على صدقه، ولذلك فقد إستهجن الرسول عليه الصلاة والسلام هذا النوع من السجع في قوله "السجع كسجع الجاهلية؟".

ويرى "محمد العمري" أنّ هناك وظيفة إيجابية للسجع وهي الوظيفة التذكرية التي كان الخطباء على وعي بها، فقد سئل "الفضل بن عيسى الرقاشي" –وهو من أسرة فارسية من القصاص- عن إثاره للسجع الموزون، فأجاب: "إن كلامي لو كنت لا آمل فيه إلاّ سماع الشاهد لقل خلافي عليك، ولكني أريد الغائب والحاضر، والراهن والغابر، فالحفظ إليه أسرع والأذان لسماعه أنشط، وهو أحق بالتقليد وقلّة التفلت"[130].

وكان الفضل إلى ذلك واعيا لوظيفة الإقناعية للصنعة الصوتية، فقد سئل عن إستهجان الرسول للسجع في قوله: «أسجع كسجع الجاهلية" فأجاب: لو أنّ المتكلم لم يرد إلاّ إقامة لهذا الوزن لما كان عليه بأس، ولكنّه عسى أن يكون أراد إبطال حق فتسادق في الكلام"[130].

ويرى "محمد العمري" أنّه ربّما كان في تكلف السجع والتزامه بصرامة

مستهجنا في الصدر الأول لما أثر عن الرسول من إستهجان السجع الذي يشبه سجع الكهان.

كما نسب إلى "عمر" إنكاره لقول "صحار بن فلان العبدي" في وصف بلاد مكران: "أرض سهلها جبل وماؤها وشل وتمرها دقل، وعدوها بطل، وخيرها قليل، وشرها طويل ..." فقال له "عمر" "أسجّاع أنت أم مخبر؟ قال بل مخبر"(131).

ولكن هذا الخبر نفسه يؤكد وجود هذا السجع كما يؤكده قول "الجاحظ": "وقد كانت الخطباء تتكلم عند الخلفاء الراشدين فيكون في تلك الخطب أسجاعا كثيرة فلا ينهونهم (132).

ونجد حرصا على التوازن الصوتي الإزدواجي والسجعي في بعض الخطب الإجتماعية والوصفية التي خاضت في موضوعات شعرية كالتعزية والتهنئة والوصف.

- خطب بين السجع والإزدواج (متوسطة الصناعة الصوتية):

الإتجاه الثاني يزاوج بين الصنعة الصوتية وغيرها من المقومات الأخرى، ويقيم إيقاعه على موازنات تتراوح بين الإزدواج والسجع، مع تفاوت بين الفواصل أحيانا والتخلي عن القوافي أحيانا أخرى، بل ينصرف الخطيب من حين لأخر إلى الفكرة، فيسترسل معها دون مراعاة للموازنة بين الفواصل وهذا هو الغالب في خطب "الحجاج" و"زياد" و"أبي حمزة" وغيرهم من أعلام الخطابة السياسية.

فهؤلاء الخطباء على إعتنائهم بالإيقاع العام للخطبة حريصون جدا على تبليغ الرسالة والتسلسل الطبيعي للمعاني والصور، ولذلك نجد خطبهم تسير في فقرات معنوية إزدواجية أو سجعيّة يتلو بعضها بعضا، تتقدم كل واحدة منها مقدمة يلتقط فيها الخطيب خيوط المعنى ثم يحوكها حياكة جديدة في فواصل جديدة، فتتكون أزواج متوزانة توازنا مقارنا بالنسبة لعنصر مشترك تعود إليه على نحو قول "الحجاج": (133).

1. يا أهل الكوفة أما والله إني لأحمل الشر بحمله، وأحدوه بنعله وأجزيه بمثله.
2. وإني لأرى أبصارا طامحة، ورؤساء قد أينعت وحان قطافها وإني لصاحبها.

فهناك ممهد مشترك بين الفقرتين: "يا أهل الكوفة" "أما والله إني" والفقرة

الثانية ممهد داخلي خاص بها: "لأرى" الذي صار مضمرا في القرينة الثالثة لها "رؤوساء"..."

ويقوم الإزدواج في هذه الفقرات على الموازاة بين التراكيب النحوية المتعادلة مع مرونة تتجلى في تعويض الظاهر بالضمير وتغيير التركيب داخل الفقرة الواحدة أو الزيادة في عناصره، وذلك شأن الفاصلة "ورؤسا قد أينعت وحان قطافها" تتجاوب الأولى إزدواجا مع "لأرى أبصارا طامحة" والثانية مع "وإني لصاحبها".

ويلاحظ تحرر الخطيب بعد هاتين الفقرتين من الموزانات الصوتية لصالح عنصر بنائي من مستوى آخر هو عنصر الصورة "وكأني أنظر إلى الدماء بين العمائم واللحى تترقرق" وقد مضى الحديث عن هذا المستوى.

وينوّع الخطيب قافية أسجاعه من فقرة لفقرة (بين المثالين 1و 2 مثلا)، كما لا يتردد في تنويعها داخل الفقرة الواحدة إذا إقتضى الأمر ذلك كما في المثال الثاني، وقد غير فيه أيضا النمزذج التركيبي كما سبقت الإشارة.

ويرى "العمري" إن "الحجاج" وأمثاله من بلغاء الخطباء الذين تفاعلت فيهم المقدرة البلاغية بمعاناة واقع صعب ومستمع غير مستمع، كانوا يلجؤون إلى الموازنة بين العناصر الدلالية والصوتية لا يدعون جانبا يلغي الأخر أو يقلّل من قيمته، ولذلك رأيناه من حين لآخر يكبح جماح الموزانات ليفتح الطريق أمام المعاني والصور لتلعب دورها[134].

- خطب مرسلة (قليلة الصناعة):

وهي خطب قليلة العناية بالموزانات الصوتية الإيقاعية، غير أنّ أصحاب هذه الخطب لم يهملوا الإيقاع إهملا مطلقا، بل حاولوا تحقيق شيء منه باعتماد الجمل والفواصل القصيرة غاليا، وهذا طابع خطب الرسول والخلفاء ورجال الدولة في الصدر الأول.

فنجد في خطب أبي بكر وعمر فواصل قصيرة متعادلة في الغالب غير ملتزمة للسجع أو الترصيع، وإن وقع فيها من حين لآخر.

ويمكن أن نعتبر خطبة حجة الوداع نموذجا لهذا النمط من النثر: فإنّ بعض

فقراتها تخلو من الإزدواج لسعيها الحثيث وراء المعنى المتجدّد.

"أيها الناس، إنّ الشيطان قد يئس أن يعبد في أرضكم هذه، ولكنّه رضي أن يطاع فيها سوى ذلك مما تحتقرون من أعمالكم..."[135].

وقد يسر إسترسال العبارة إستعاب آيات قرآنية مرسلة دون أن يظهر تنافر بينها وبين نصّ الخطبة.

ويرى "محمد العمري" أنّه بالرغم من ذلك فإنّ صدر الإسلام لم يخل من خطب تلتزم السجع وتلح على التوازن[136].

الإنشاء الخطابي:

ما يهّم الخطيب في الإنشاء الخطابي ضرورة إيراد الألفاظ إيردا سليما يتوافق مع المعاني، مع متانة الأسلوب الخطابي وحسن إختيار المقاطع التي يقف عليها، بالإضافة إلى ضرورة الإختيار الأحسن للأساليب البيانية الأساسية الملائمة للخطبة.

أ- الألفاظ:

لاشك أنّ المطلوب من الألفاظ في الخطبة، التعبير عن المعاني، وذلك لأنّ "اللغة موضوعة للإبانة" كما يقول "جلال الدين السيوطي"[137].

ويقسّم Bertrand Russel الألفاظ إلى[138]:

1. **ألفاظ موضوعية:** هي التي تشير إلى موضوعات في الخارج، وتظهر الألفاظ الموضوعية في الأسماء والأفعال التي يتعلمها الإنسان ويستعملها في حياته، وإكتسابها يتم عن طريق التلقين، أو عن طريق الممارسة والإحتكاك بها، أو عندما تدعو الحاجة اليومية أو الفكرية إلى إستعمالها.
2. **ألفظ منطقية:** تعبّر عن القضايا المنطقية فقط، أما إذا خرجت هذه الألفاظ من إطار التعبير عن المنطق فإنها تصبح خالية من المعنى في نظر "روسل".

وذليله في ذلك أنه لو أخذنا "كل" "بعض" "إذا" "لا"...

إنّ هذه الألفاظ المنطقية لا تشير إلى موضوعات خارجية وبالتالي فإنّها ليست موضوعيّة، فالألفاظ الموضوعية تشير إلى أشياء في الواقع الخارجي وبالتالي فهي

التي تساعد على فهم العالم الخارجي الحسّي التجريبي.

فالألفاظ في التحليل الخطابي نعني بها الكلمات الموضوعة المفردة التي تعبّر إمّا عن الأحوال النفسية العميقة التي لا يعرفها إلا صاحبها وإما عن الأشياء الخارجية التي تصادف الإنسان في حياته اليومية، وهكذا فإنّ الألفاظ تعبّر عن المعاني الكامنة في الواقع.

وقد شغلت الألفاظ تفكير وإهتمام الخطباء والبلاغيين من خلال إشكالية أساسيّة طرحت في الموضوع وهي أولوية المعنى على اللفظ أو أولوية اللفظ على المعنى.

وبغض النظر عن كل ما قيل في الموضوع فإن ما يهمنّا هو أن نعرف أن اللفظ وزنه وقيمته في الخطاب الإقناعي، كما أنّ للمعنى وزنه وقيمته في الخطاب، وكما يؤدي المعنى غرضه في التأثير والإقناع تؤدي الألفاظ ذات الأثر.

وبما أنّ الألفاظ هي التي تظهر المعاني وتجملها يرى البلاغيون أن شطرا كبيرا من تأثير الخطباء يعود إلى الألفاظ التي يثيرون بها صورا ويوقدون بها نيران الأمال في نفوس الجماعات، ويؤكد ذلك "أبو هلال العسكري" قائلا: "فالكلام إذا كان لفظه غثا ومعرضه رثا، كان مردودا ولو إحتوى على أجل معنى وأنبله"[139].

فالألفاظ إذن ضرورية من أجل إبراز المعاني للحصول على التأثير والإقناع والإستمالة.

ولمفردات الخطابة عدّة خصائص وميزات ولوازم هي:

1. أن يكون اللفظ واضحا لدى المتلقي معروفا لديه وقريبا من لغته بحيث يكون مكشوفا لديه، ومن السهل إدراك معناه والوصول إلى مغزاه، وهكذا فإن السرّ في ألفاظ الخطابة ألا تبتعد عن مألوف السامعين وإلا كانت غريبة غير مدركة من طرفهم. ويرى "أبو زهرة" في هذا الإطار أنه قد تكون الكلمة من العربية الصحيحة التي كانت شائعة عند العرب ولكنها غير شائعة عند الجماعة التي يخاطبها، ولهذا تستهجن مخاطبتهم بها، لأنّ الخطبة للتأثير فيهم، وإشارة وجدانهم، ولا يكون إلاّ بما هو مفهوم لديهم ومأنوس الإستعمال عندهم[140].

2. على الخطيب أن ينتقي ألفاظ الخطبة دون أن يبتعد عن المفهوم المألوف للألفاظ ويدون أن ينزل فينطق بالمبتدل والعامي في حضرة من يفهم الفصحى، أو المفردات الصعبة في حضور العامة.

ولا يجب أن يستعمل لفظا مكان لفظ كاستعمال لفظ أفتكر في موضع أتفكر أو أفكر أو أتأمل أو أذكر فهي من الأخطاء الشائعة على ألسنة خطبائنا، ولذلك وجب الإنتقاء الذي لا يبعد عن المعنى.

3. أن يكون في الخطبة ألفاظ مناسبة مثيرة لخيال الجماعة موقظة لذكريات حيّة في نفوسهم، فلكل جماعة مجموعة من الألفاظ إذا ذكرت أثارت لديهم تصورات تهز نفوسهم بالإطمئان لهذه الكلمات أو بالسخط والغضب عليها، والخطيب المتمكّن هو من يجيد إستعمال مثل هذه الألفاظ في الخطبة مما يكون له الأثر الكبير فيما يريد الوصول إليه.

ويذهب "أبو زهرة" في هذا السياق إلى أن وجود هذه الألفاظ في الخطبة لايتم إلا بشرطين[141]:

أحدهما الملاءمة التامة بينها وبين ما يريد، فإن كان يخطب في الحثّ على الصوم ذكر قرب الصائم من ربّه والتجردّ من ملاذ الحياة ومشارفة نفس الصائم للمعاني القدسيّة وغير ذلك من العبارات التي تثير الوجدان وتوقظ في النفس معاني سامية.

ويحذّر البلاغين الخطيب من أن يقسم خطبته ألفاظ تثير ذكريات غير ملائمة للموضوع.

ثانيهما ألاّ يكون تلك الألفاظ قد أبلاها الإستعمال وذكرها يؤدي إلى الإبتذال.

فإذا لاحظ الخطيب هذين الشرطين عند الإستعمال كان الأثر بليغا.

4. أن يختار الألفاظ الجزلة في مقامها وموضعها والألفاظ الرقيقة في مقامها وموضعها، والجزل من الألفاظ حسب "ابن الأثير" هو "اللفظ المتين على عذوبته في الفهم ولذاذته في السمع"[142].

وأمّا الرقيق من الألفاظ فهو اللطيف منها.

فإذا كان موضوع الخطبة التهديد والفخر وإثارة الحمية والحماسة فمن التأكيد أن الألفاظ المختارة هي الجزلة القوية، أمّا في مواضع الأسى والألم والحزن فمن المستحسن أن يختار الخطيب الرقيق من الألفاظ.

ولعل ما نجده في آيات الرحمن أحسن مثال على مانقول فالمثال الأوّل وهو الجزل من الألفاظ نجده في قوله تعالى "ونفخ في الصور فصعق من في السموات ومن في الأرض، إلاّ من شاء الله ثم نفخ فيه أخرى فإذا هم قيام ينظرون"[143] نلاحظ أن مفردات هذه الآية على ما فيها من جزالة فهي سهلة وتؤدي المعنى.

وأمّا المثال الثاني وهو الرقيق من الألفاظ فنجده في قوله تعالى في مخاطبة النبي صلى الله عليه وسلام:"والضحى والليل إذا سجى ماودعك ربك وما قلى"[144].

وهكذا نرى سبيل القرآن الكريم في كلا هذين الحالين من الجزالة والرقّة ويقول "ابن الأثير" في هذا "إعلم أنّ الألفاظ تجري في السمع مجرى الأشخاص من البصر" فالألفاظ الجزلة تتخيل في السمع كأشخاص عليها مهابة ووقار والألفاظ الرقيقة تتخيل كأشخاص ذوي دماثة ولين أخلاق ولطافة مزاح"[145].

ب- المقاطع:

إذا كانت الألفاظ ضرورية لتمام المعنى وحدوث الإقناع فيجب على الخطيب أن يختار المقاطع التي يقف عليها بحيث يكون وقوفه عند نهاية جزء تام من المعنى الذي يريده وهذا ما يعطي للخطبة أبلغ تأثير.

ويرى "أبو زهرة" أنّه لابد أن يكون المقطع ذا رنين قوي يملأ النفس ويوجهها نحو الغرض الذي يريده الخطيب"[146].

وقد وفى "أبو هلال العسكري" في الصناعتين بحثا وإستشهادا حول المقاطع حيث جاء فيه "قال الأحنف بن قيس ما رأيت رجلا تكلم فأحسن الوقوف عند مقاطع الكلام ولا عرف حدوده إلا عمرو بن العاص كان إذا تكلم تفقد مقاطع الكلام وأعطى حق المقام، وغاص في إستخراج المعنى بألطف مخرج، حتى كان يقف عند المقطع وقوفا يحول بينه وبين تبيعه من الألفاظ"[147].

ومن جانب آخر يسرد "أبو هلال العسكري" حيث آخر عن حسن إختيار

مقاطع الكلام فيذكر "قال معاوية لعمرو بن سعيد يا أشدق قم عند قدوم العرب فسلّ لسانك وجل في ميادين البلاغة ، وليكن التفقد لمقاطع الكلام منك على بال ؛ فإنّي شهدت رسول الله صلى الله عليه وسلام أملى على علي بن أبي طالب رضي الله عنه كتابا وكان يتفقد مقاطع الكلام"[148].

ومن هذا كله نرى أنّ مقاطع الكلام هي بذاتها غرض يطلبه المجيدون من البلغاء والخطباء، لأنّ حسنه يجعل المعنى لدى السامع واضحا والرنين مؤثرا والوقف جميلا ويجمّل الإلقاء أبلغ تجميل.

ج- متانة الأسلوب الخطابي:

من أجل أن يتوّصل الخطيب إلى إقناع سامعيه يستلزم أن يكون أسلوبه متينا قويا ومعبّرا.

وهناك عدة أساليب بيانية أساسية مهمة في التعبير الخطابي لأنّها تساعد على تأدية الغرض.

ومن بين الأساليب المساعدة في التأثير والإقناع نذكر: الأسلوب التكرار، أسلوب التوكيد وأسلوب الإستفهام.

1. أسلوب التكرار:

إذا كان التكرار في المعنى اللغوي يعني الإعادة والترديد[149] فإنه في الإصطلاح يدل على اللفظ الذي يأتيه المتكلم ثم يعيده بعينه سواء كان اللفظ متفق المعنى أو مختلفا أو يأتي بمعنى ثم يعيده[150].

ويرى "أبو زهرة" أنّه من أجل أن يكسب كلام الخطيب حدة، ولئلا يذهب نشاط السامعين ويعتريهم السأم والملل لابد من التكرار[151].

ويذهب "الزمخشري" في "الكشاف" إلى القول: "أنّ في التكرار تقرير المعاني في النفس وتثبيتا لها في الصدور"[152].

وترى الدراسات الحديثة حول الإتصال الإقناعي أنّ التكرار يعتبر من العوامل الأساسية التي تساعد وتشجع عملية الإقتناع، كما ترى أنّه بالإمكان أن يفقد التكرار مفعوله إذا إتسمت الرسالة بالروتينية وإنعدم فيها عنصر التجديد

والتنويع والإبداع ولذلك فمن الأفضل إستعمال التكرار إستعمالا عقلانيا يفي بالغرض.

ويحيلنا هذا الكلام إلى خطبة حجة الوداع التي ألقاها الرسول عليه الصلاة والسلام فنجد أنّه في نهاية كل مقطع يقول "ألاّ هل بلغت" "اللّهم فاشهد" فتأخذ هذه الجملة مأخذا حسنا في نفوس السامعين وتفتح مخيلتهم لتثبيت ما قيل وللإستماع بتمعّن إلى ما تبقى من الخطبة.

وهكذا فإنّ للتكرار أهمية بالغة في تثبيت الأفكار وإيقاظ المشاعر وتقرير الحقائق وحمل النفس على الإطمئنان إليها ولذلك يتحدث "الطّاهر درويش" عن أهمية التكرار في أسلوب الخطابة فيقول: "أسلوب الخطابة يعتمد على فن الإلقاء ويتطلب مع هذا التكرار وفصل الجمل وفي التكرار إلحاح على المعنى"[153].

2. أسلوب التوكيد:

التوكيد في اللّغة يجري بمعنى التأكيد وهذا ما نجده في لسان العرب [154] ووكّد العهد إذا أوثقة وقد ورد في القرأن الكريم قوله تعالى: "ولا تنقضوا الإيمان بعد توكيدها"[155] ويرى المفسرون أن المقصود هنا بتوكيدها أي بعد توثيقها باسم الله.

وفي المعنى الإصطلاحي يعني التوكيد "تمكين الشيء في النفس وتقويته أمره"[156].

وهناك عدة ألوان للتوكيد نذكر منها لونين مهمين:

- **دخول أحرف التوكيد على الجمل:** ومنها "إنّ" و"أنّ" اللتان تفيدان التوكيد على أهمية الشيء أوعلى عظمته أو التوكيد على وقوع الفعل ونجد ذلك في قوله تعالى "إنّ الله على كلّ شيء قدير"[157].

ومن حروف التوكيد "اللام" فهو يرد في الكلام لفائدة معنوية مثل قوله تعالى: "إذا جاءك المنافقون قالوا نشهد أنك لرسول الله والله يعلم أنك لرسوله والله يشهد أنّ المنافقين لكاذبون"[158].

- **التوكيد بالقسم:** القسم هو أحد أساليب التوكيد التي يقتضيها المقام ويرد

عادة لإثبات أمر من الأمور التي يستبعد المخاطب وقوعها، وتقرير حقيقة من الحقائق وتوكيدها وإزالة الشبهة عنها عند المقسم له حتى يقبلها ويطمئن لها [159] ومن الخصائص البلاغية للقسم هو قيامه بدور التهيئة النفسية للمخاطب بإثارة إنتباهه بما يسخر به فسيستقبله مستجمعا حواسه مركزا فكره وانتباهه إليه[159].

والتوكيد إذن يفيد ترسيخ الفكرة في النفوس وتثبيتها.

3. أسلوب الإستفهام:

الفهم لغة هو معرفة الشيء والإستفهام هو طلب الفهم، وفهمت الشيء إذا عقلته وعرفته واستفهمه سأله أن يفهمه، وقد استفهمني الشيء فأفهمته وفهمته تفهيما[160].

ويرد الإستفهام بمعنى الإستخبار عن الشيء، لكن قد يكون المستفهم عالما بالشيء ومراده بعض المعاني الأخرى التي يمكن أن تستفاد من سياق الكلام، ومن هنا إستعمل البلاغيون مصطلح الإستفهام لمعناه الحقيقي وغير الحقيقي.

فالإستفهام الحقيقي هو الذي يبقى على أصل وصيغة أي طلب الفهم ومعرفة المجهول مثل قولنا: كم عدد الكواكب.

والإستفهام غير الحقيقي يراد به الإستفهام الذي يخرج عن حقيقته ويكون من العالم بالشيء وغرضه منه معاني أخرى تفهم من السياق[161].

وقد يفيد الإنكار والتعجّب أو التقرير حسب طبيعة الموضوع وحسب الأهداف المسّطرة أو الأعراض المتواخاة.

فغاية الإستفهام الإنكاري هي أن يتنبّه السامع حتى يرجع إلى نفسه فيخجل ويرتدع ويعي بالجواب قال تعالى: «يا أهل الكتاب لم تحاجون في إبراهيم وما أنزلت التوراة إلاّ من بعده أفلا تعقلون»[162].

أمّا التعجّب فالغاية منه أن يعود المخاطب إلى صوابه وأن يحاكم نفسه ليشعر بضلاله وباطله مثل قوله تعالى: "فما لكم كيف تحكمون"

"والإستفهام التقريري يذهب أبعد من الإستفهام الإنكاري فهو يحمل

المخاطب على الإعتراف بالحقيقة الثابتة دون جبر أو قسر مع بسط الدليل الملزم، والحجة المقنعة ومن هنا كان أسلوبا أقوى في الطلب وأبعد في الإقناع [163].

ونجد هذا في قوله: "وإذ قال الله يا عيسى بن مريم أأنت قلت للناس اتخذوني وأمي إلاهين من دون الله، قال سبحانك ما يكون لي أن أقول ما ليس بحق"[164].

ويرى شلبي أن أسلوب الإستفهام مهمّ جدًا في التأثير والإقناع وهو يستعمل عند التهويل والإشارة قائلا: "في مقامات التهويل والإشارة يستحسن إستعمال صيغ الإستفهام وصيغ التعجّب لأنّها تؤدّي في هذه المقامات ما لا تؤدّيه الجمل الخبرية، والإستفهام الإنكاري يكاد يكون حجّة مسلما بها"[165].

هوامش المبحث الرابع

1. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 28.
2. ارسطو، مرجع سبق ذكره، ص 151.
3. Michel Meyer, op cit. p 19.
4. علي محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص 27.
5. العمري، مرجع سبق ذكره، ص 21.
6. ارسطو، مرجع سبق ذكره، ص 10.
7. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 29.
8. انظر: أبو زهرة، المرجع السابق، ص41- 48 وعلي محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص5.
9. الجاحظ البيان والتبيين، مرجع سبق ذكره، ج1، ص 118.
10. المرجع السابق، ج2 ص 209- 300.
11. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص42.
12. القران الكريم.
13. محمد طاهر درويش، مرجع سبق ذكره، ص34.
14. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 47.
15. العمري، مرجع سبق ذكره، ص 66.
16. المرجع السابق، ص67.
17. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص448.
18. Breton: l' argumentation dans la communication, op cit, p 61.
19. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 31.
20. معنى هذه الجملة انهم في البلاء كما هم في الرخاء لا يهنون ولا يحزنون لأملهم في الله وطمعهم في رحمته، وصبرهم وخشوعهم.
21. الخدر يطلق على اجمة الاسد فاسد خادر مقيد في اجمته.
22. ابو زهة، مرجع سبق ذكره، ص 34.

23. المرجع السابق، ص 37.
24. علي محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص28.
25. جميل صليبا، معجم الفلسفي (بيروت: دار الكتاب اللبناني ومكتبة المدرسة/ 1982) ص 67.
26. عبد الرحمن بدوي، موسوعة الفلسفة، ج2 (من س الى ي)، ط1 (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1984) ص5.
27. Simonet (Rene et jean), l'argumentation: strategie et tactique (Paris: les editions d'organistion, 1990) p 101.
28. ارسطو، مرجع سبق ذكره، ص99.
29. عبد الرحمن بدوي، مرجع سبق ذكره، ج2 ص 243.
30. صليبا، مرجع سبق ذكره، ص 209.
31. عبد الرحمن بدوي، مرجع سبق ذكره، ج2، ص244.
32. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص111.
33. احمد زكي صفوت، جمهرة خطب العرب بين عصور عربية زاهرة (بيروت: دار الحداثة بدون تاريخ) ج2، ص295.
34. القران الكريم، سورة أل عمران، الأية 59.
35. القران الكريم، سورة الاسراء، الأية 51.
36. محمد التومي، الجدل في القران (تونس: الشركة التونسية، 1980) ص 255.
37. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص112.
38. القران الكريم.
39. العمري، مرجع سبق ذكره، ص83.
40. عبد الرحمن بدوي، مرجع سبق ذكره، ص246.
41. أنظر: عبد النور جبور، المعجم الادبي، ط1 (بيروت: دار الكتاب اللبناني ومكتبة المدرسة، 1982) ص 19. والموسوعة الفلسفية المختصرة، نقلها عن الانجليزية، فؤاد كامل وآخرون، دار القلم (بيروت: دار القلم، بدون تاريخ) ص 51.

42. ابـراهيم فتحـي، معجـم المـصطلحات الادبيـة، ط1 (تـوني: المؤسـسة العربيـة للناشرين المتحدين، 1986) ص26.

43. ابن منظور، مرجع سبق ذكره، مادة قصص، ج11، ص 190.

44. القران الكريم، سورة القصص، الآية 11.

45. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص110.

46. القران الكريم، سورة يوسف، الآية 111.

47. ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص111.

48. العمري، مرجع سبق ذكره، ص 68.

49. A.KEBEDI VARGA: Discours recit, image (bruxelle: Pierre Mardaga ed. 1989) P49.

50. القران الكريم، سورة الروم، الآية 58، سورة الزمر، الآية 27.

51. القران الكريم، سورة ابراهيم، الآية 45.

52. ابن وهب، مرجع سبق ذكره، ص 117- 114.

53. العمري، مرجع سبق ذكره، ص69.

54. J. Kenneth, op cit, P 107.

55. وجاء في مسند احمد برواية عبد الله بن حنظلة غسيل الملائكة، قال، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم «درهم ربا يأكله الرجل وهو يعلم اشد من ستة وثلاثين زنية) احمد بن حنبل، المسند، مرجع سبق ذكره، ص5/ 255.

56. علي الهيثمي ابن ابي بكر، الزواجر، كتاب البيع، تحريم الربا (بيروت، دار المعرفة للطباعة والنشر، بدون تاريخ). ج1 ص 227.

57. عبد العظيم بن عبد القوي المنذري، الترغيب والترهيب (بيروت: دار احياء التراث العربي، بدون تاريخ) ص 203.

58. احمد بن حنبل، مرجع سبق ذكره: حديث ابي سعيد الخذري (سؤال القبر)، ص3.

59. J. Kenneth, op cit, p 167.

60. TBID, P 170.

61.ج. مالك غاير، الاسس النظرية للحملات، ترجمة سعيد بومعيزة المجلة الجزائرية للاتصال العددان 11و 12، ربيع وصيف 1195، ص 76، 77.

62.المرجع السابق، ص77.

63.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص95.

64.العمري، مرجع سبق ذكره، ص127.

65. Roland Barthes: Recherche rhertoriques: revue de communication N 16, ed le Seuil 1970) P 215.

66. Perelman Chain: I' empire rhetiique (Paris, j. Vrin, 1977) P 164.

67.العمري، مرجع سبق ذكره، ص131.

68.

69.المرجع السابق، ص96.

70.شلبي، مرجع سبق ذكره، ص44.

71.حاوي، مرجع سبق ذكره، ص18.

72.ابن الاثير، مرجع سبق ذكره، ص64.

73.حاوي مرجع سبق ذكره، ص19.

74.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص100.

75.المرجع السابق، ص101.

76.المرجع السابق ص102.

77.حاوي، مرجع سبق ذكره، ص20.

78.شلبي، مرجع سبق ذكره، ص409.

79.ابن منظور، مرجع سبق ذكره، ج1، مادة «تثب» ص 346- 347.

80.المرجع السابق، مادة «بين»، ص302.

81.انظر الاستدلالات الخطابية المنطقية في الموضوع الخاص بالادلة المصطنعة في بداية هذا المبحث.

82.حاوي، مرجع، سبق ذكره، ص 20.

83.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص108.

84.حاوي، مرجع سبق ذكره، ص21.

85.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص114.

86.ابن منظور، مرجع سبق ذكره، ج2، مادة «فند»، ص 113.

87.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص114.

88.المرجع السابق، ص115- 116.

89.انظر:

Olivier Reboul la rhetorique (Paris: collection Que sais- je, PUF, 1984) P 27.

وجيهان احمد رشتي، مرجع سبق ذكره، ص486- 490.

90.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص118.

91. D' A. mbert, reflexions sur l' elocution oratorie et sur le style, le Robert: Dictionnaire alphabetique et annaletique de la langue francaise de Paul Robert, 2eme ed (Canade: Robert, 1985), tome VIII, P 990.

92.صليبا، مرجع سبق ذكره، ص20.

93.ابراهيم فتحي، مرجع سبق ذكره، ص28.

94.العمري ، مرجع سبق ذكره، ص 87- 88.

95.درويش، مرجع سبق ذكره، ص 38.

96.شلبي، مرجع سبق ذكره، ص23- 25.

97.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص124.

98.الجاحظ، البيان والتبيين، ج1، مرجع سبق ذكره، ص 255.

99.العمري، مرجع سبق ذكره، ص93.

100.ابن وهب، مرجع سبق ذكره، ص92.

101.العمري مرجع سبق ذكره، ص92.

102.المرجع السابق، ص93.

103.احمد الشايب الاسلوب، دراسة بلاغية تحليلية لاصول الاساليب الادبية، مرجع سبق ذكره، ص194.

104.محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص275.

105.درويش، مرجع سبق ذكره، ص 188.

106.للاستزادة يحال القارئ الى كتاب الحيوان والبيان والتبيين للجاحظ بالاضافة الى كتاب النظريات اللسانية والبلاغية والادبية عند الجاحظ من خلال البيان والتبيين لمحمد الصغير بناني، ص 275- 290.

107.عبد العزيز عتيق: علم البيان (بيروت: دار النهضة للطباعة والنشر، 1988) ص 192- 193.

108.المرجع السابق، ص194.

109.محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص292.

110.عبد العزيز عتيق، مرجع سبق ذكره، ص195.

111.المرجع السابق، ص 196.

112.محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص323.

113.العمري، مرجع سبق ذكره، ص93.

114.الشايب، مرجع سبق ذكره، ص194.

115.القران الكريم، سورة الفاتحة، الاية 4.

116.العمري، مرجع سبق ذكره، ص101- 102.

117.الشايب، مرجع سابق ذكره، ص194.

118.العمري، مرجع سبق ذكره، ص103.

119.المرجع السابق، ص104.

120.محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص 171.

121. J. Cohen: Structuer du language poetique (Paris: ed flammarion, 1960) P 149.

122. ابن وهب، مرجع سبق ذكره، ص 165.

123.ابو هلال العسكري، مرجع سبق ذكره، ص283.

124.محمد الصغير بنانيح، مرجع سبق ذكره، ص176.

125.الجاحظ البيان والتبيين، ج1، مرجع سبق ذكره، ص289.

126.المرجع السابق، ص284.

127.محمد الصغير بناني، مرجع سبق ذكره، ص175.

128.العمري، مرجع سبق ذكره، ص107.

129.احمد زكي صفوت، مرجع سبق ذكره، ص78.

130.الجاحظ البيان والتبيين، ج1 مرجع سبق ذكره، ص287.

131.العمري، مرجع سبق ذكره، ص 110.

132.الجاحظ، البيان والتبيين، ج1 مرجع سبق ذكره، ص290.

133.العمري، مرجع سبق ذكره، ص111.

134.المرجع السابق، مرجع سابق ذكره، ص114.

135.عمر القطيطي، مرجع سبق ذكره، ص217.

136.العمري، مرجع سبق ذكره، ص116.

137.جلال الدين السيوطي، المزهر في علوم اللغة وانواعها عن عبد الواحد وافي (فقه اللغة) (القاهرة: دار النهضة للطباعة والنشر، 1973) ص194.

138.علي بحري، المعنى وتطوره عند فيج فتجنشتاين، بحث مقدم لنيل دبلوم دراسات معمقة في الفلسفة، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاجتماعية، 1981 -1982، ص 56- 57.

139.ابو هلال العسكري، مرجع سبق ذكره، ص49.

140.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص127.

141.المرجع السابق، ص128.

142.المرجع السابق، ص129.

143.القران الكريم، سورة الزمر، الاية 65.

144.القران الكريم، سورة الضحى، الآية 1- 3.

145.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص130.

146.المرجع السباق، ص134.

147.ابو هلال العسكري، مرجع سبق ذكره، ص51.

148.المرجع السابق، ص52.

149.لسان العرب، مادة «كرر» ج12، مرجع سبق ذكره، ص64.

150.ضياء الدين بن الاثير، مرجع سبق ذكره، ج3، ص3.

151.ابو زهرة، مرجع سبق ذكره، ص 134.

152.محمد بن عمر الزمخشري، الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل، وعيون الاقاويل، في وجوه التأويل، ج3، (بيروت، دار الكتب العربي، 1947) ص 334.

153.درويش، مرجع سبق ذكره، ص45.

154.ابن منظور، مادة «وكد»، ج15، مرجع سبق ذكره، ص382.

155.القران الكريم، سورة النحل، الآية 91.

156.العلوي، ج2 مرجع سبق ذكره، ص176.

157.القران الكريم.

158.القران الكريم، سورة المنافقون الاية 1.

159.بطاهر، مرجع سبق ذكره، ص 74.

160.ابن منظور، مادة «فهم»، ج10، مرجع سبق ذكره، ص 343.

161.بطاهر، مرجع سبق ذكره، ص59- 60.

162.القران الكريم، سورة ال عمران، الاية 65.

163.بطاهر، مرجع سبق ذكره، ص62.

164.القران الكريم، سورة المائدة، الاية 116.

165.شلبي، مرجع سبق ذكره، ص24.

المبحث الخامس: المخاطب (المتلقي) وآثار الإقناع

إهتم القدامى في تضاعيف كتبهم بالمتلقي من حيث الطريقة الفضلى التي يمكن للخطيب أن يوصل بها إليه رسالته الإقناعية، وكان هذا واضحا في صحيفة "بشر بن المعتمر" التي وصى فيها الخطيب بأن تكون معانيه قريبة معروفة من قبل المتلقي مهما كان مستواه كما طالبه بأن يوازن بين المعاني وجمهور المستمعين والحالات التي يتم بها توصيل الرسالة، وذلك من أجل تحقيق المنفعة مع صواب ماتشتمله الرسالة.

كما رأى "أرسطو" في كتابه الخطابة أن للسامعين أهميتهم في تكوين الأدلة أي البراهين التي تتكوّن منها الخطبة لذلك فهو ينبه على الخطيب بضرورة دارسة إنفعالات المستمع إلى جانب دراسة الأخلاق.

ومع بروز الإتجاهات البحثية في دراسة الجمهور (المتلقي) نظر علماء الإجتماع خلال القرن التاسع عشر إلى المتلقي على أساس أنه فرد سلبي يتلقى رسائل إقناعية عديدة دون أن يحرّك ساكنا للتصدّي لها.

ولكن تطور الدراسات صححت هذه النظرة بعد ظهور نظرية "لازرسفيلد" وبرهنت على أنّ للتأثير حدود آثرها المتلقي الذي ينتقي المعلومات التي يريد أن يتلقاها ويرفض ما لا يصدّقه، وبذلك تبين للجميع أنّ المتلقي لا يتقبّل آراء الآخرين بصفة سلبية، ويعود ذلك إلى عدة جوانب إعتنت بها البحوث حول آثار المستمع هذه البحوث ركزت حول:

- رغبة الأفراد في تحقيق الإنسجام.
- حاجاتهم للإنفراد والإنعزال ضد أي إستفزاز.
- شخصيتهم.

فخطوة تحديد معالم فئات الجمهور المتلقي تعتبر خطوة هامة لإنجاح العملية الإتصالية، لذلك نجد أنّ أساليب الإقناع تتنوع بتنوع الأفراد والجماعات.

ومن أجل ذلك كانت أساليب القرآن متعددة ولكنها جميعا تصل أعماق

الضمير الإنساني، وقد إقتدى بهذه الأساليب الرسول عليه الصلاة والسلام للتوصل إلى إقناع المتحدَّث إليهمة باختلاف مشاربهم وتنوع قبائلهم، فتذكر كتب السيرة أنّه عليه الصلاة والسلام كان يخاطب كل قوم بألفاظه ولغته حتى كان يعجب منه أصحابه.

ويحرص المرسلون كل الحرص على المعرفة التفصيلية لنوعية الجمهور المستهدف وهناك بعض الخصائص الفردية فقد أثبتت الدراسات الحديثة أنّ عاملي الذكاء ودرجة التقدير الشخصي للذات والثقة في النفس تتدخل في درجة التأثر والإقتناع.

ومن العوامل التي تساعد التلقي على الدفاع عن نفسه ودحض الحجج المعروضة عليه، الخبرة والتجارب الماضية حيث أثبتت بعض الدراسات أنّ المستقبل عموما لا يغير موقفه أو يغيّره بدرجة ضعيفة إذا تعرض مرتين إلى نفس الرسالة لأنّه قد غير موقفه في السابق، وعندما يكون على علم بالموضوع فإنه يتغيّر من تلقاء نفسه قبل التعرض لأي إقناع حتى يشعر بالتفوق وهو يسبق الأحداث.

وإذا كان المتلقون مختلفون في درجة إقتناعهم وتأثرهم فإن هناك عدة مظاهر تميز هذا الإختلاف هي:

- إختلاف السّن.
- إختلاف البيئة.
- إختلاف النوع (الجنس).
- إختلاف الثقافة.

1. إختلاف السن:

لاشك أنّ الوسائل التي تستخدم في إقناع الأطفال تختلف عن وسائل إقناع الشباب، وبالتالي تختلف عن وسائل إقناع كبار السنّ.

فالطفل قد يتأثر بالتخويف والوعيد وعلى ذلك فيجب إتباع الوسائل الإقناعية والتوضيحيّة التي تخاطب هذا العقل الذي في طور التكوين كما يجب مخاطبة عواطفه التي كثيرا ما يكون الطفل أسيرا لها حيث يتأثر عاطفيا بما يدور

حوله وما يسمعه ويراه.

وقد أثبتت الدراسات أنّ وسائل الإيضاح المباشرة التي تعتمد على السمع والبصر هي أهّم الوسائل لإقناع الأطفال، وإقتناعهم يكون على هذه الطريقة، لأنّهم يجنحون إلى عادة التقليد والمحاكاة.

أمّا الشباب سواء أكانو إناثا أم ذكورا فإنّهم يكونون في سن رافضة محبّة للإستطلاع، يحاولون إثبات كيانهم ووجودهم، وحيث تعتريهم مرحلة إنتقال من الطفولة إلى الشباب ومع ما يصاحب ذلك من آثار فسيولوجية وبيولوجية فإنّ إقناعهم بموضوع ما لا يكون بالأمر الهين، وعلى ذلك فيجب إستغلال عواطفهم وتجميد بطولات أمثالهم دون توجيه النصح والإرشاد المباشر والإجاء بنتائج عكسية.

وأما الرجال والنساء فاقتناعهم يأتي عن راوية فهم يعتبرون الرسالة قبل تقبلها ويعتمدون في إقتناعهم على الخبرة والتجربة في الحياة، وهكذا ومهما إختلفت ميولات هذا النوع من المتلقين ومهما تعّددت شخصياتهم فهم يقتنعون بالعقل والعاطفة معا وذلك لأنّ نضجهم يسمح لهم بتحكيم عقولهم رغم ميول عواطفهم ويمكن التدليل على ذلك أنّ النبي صلى اللّه عليه وسلم كلفه الله بالرسالة وهو في سن الرجولة لأنّه السن الذي يكون فيه الإنسان قد بلغ من الإدراك والنضج القدر الذي يجعله يتخذ قراراته وسوق سلوكاته عن تدبّر ورويّة.

2. إختلاف البيئة:

يرى الدارسون أنّ بيئة الإنسان لها عامل مؤثر في إقتناعه بما يراه أو يسمعه، فسلوك الإنسان نتاج البيئة التي عاش فيها وهو بذلك يقتنع بما يكون قريبا من بيئته، لذلك فإنّ طريقة إقناع أهل الرّيف مثلا تختلف عن طريقة إقناع أهل المدينة وذلك يعود إلى إختلاف إستعداد تلقي الفردين في كلتا البيئتين، وصدق رسول اللّه صلى اللّه عليه وسلم حين قال: "خاطب الناس على قدر عقولهم"، فهو الذي ترك لنا معينا لاينضب من طرقه المختلفة في مخاطبة الأقوام.

وقد أثبتت الدراسات والنظريات المتعلقة بسلوكيات الأفراد بأنّ التأثيرات الممارسة على سلوك الأفراد لها علاقة مباشرة بمحيط الفرد والبيئة التي يعيش فيها

لأنّها تحدد له حقل الممكنات الذي يسهل عليه عملية التأثر بما يراه أو يسمعه

ومن أجل أن يتوصل الخطيب إلى تغير في سلوك هذا المتلقي لابّد من أن يكون على دراية بمختلف عناصر البيئة التي كوّنت هذا المتلقي.

ونرى في هذا الإطار أنّ طريقة إقناع أهل الريف الذي ترتفع فيه نسبة الأميّة تختلف عن طريقة إقناع أهل المدن فليس من الممكن أن يقتنع الفرد من أهل الريف إلاّ إذا خوطب من واقع حياته حيث توجد البقرة والأرض والزراعة وهذا ما فعله القرآن الكريم عندما نزلت الرسالة على سيدنا محمد لكي يبلغها إلى قوم هم من البدو ويعيشون في صحار واسعة، يعيشون على الرعي والتجارة، وينتظرون سقوط المطر حيث تجد أن آيات القرآن زاخرة بالأمثلة التي تخاطب عقولهم وتتحدث إلى الأقوام حسب ما يجري من أحداث في حياتهم اليومية.

وهكذا فإنّ من متطلبات التأثير والإقناع مراعاة إختلاف البيئة لدى المتلقين المراد إقناعهم وتغيير سلوكاتهم، فلكل قوم بيئة ولكل بيئة خصائص ومميزات. والخطيب الحاذق هو من يصل إلى هذه الإختلافات فيحسن إستغلالها ليتوصل إلى التأثير والتغيير المنشود.

3. **إختلاف الجنس:**

ربّما يثور إلى الذهن سؤال هام عما إذا كان إقتناع المرأة أسهل من إقتناع الرجل رغم تشابه الثقافة والبيئة التي تجمعهما.

وذهبت الدراسات الحديثة إلى القول أن النساء أكثر قابلية للتأثر من الرجال عندما يتلقين تربية معينة حيث يترعرعن على الطّاعة للرُّجال.

وترى نوال عمر أن من أهم سمات المرأة إندفاعها العاطفي وتغليبها العاطفة على العقل وهذا ما يجعلها ترى أن إقتناع المرأة يكون أكثر سهولة إذا خوطبت عاطفتها أكثر من عقلها، كما تسوق أمثلة تؤكد بها ما تقول حيث ترى أنّ الغيرة التي تتميّز بها المرأة ما هي إلا مظهر من مظاهر الإندفاع العاطفي لديها.

من أجل ذلك فقد طلب الرسول عليه الصلاة والسلام إلى الرجال في حجة الوداع أن يستوصوا بالنساء خيرا.

ولكن هذا لا يعني أن النساء يقتنعن بالعاطفة فقط فتأثير الرسالة الإقناعية سـواء تعلـق الأمـر بالنـساء أم الرجـال لابـد وأن يكـون مزيجـا بـين الأدلـة العقليـة والعاطفية لكي تحقق التأثير المرغوب.

وقد أثبتت الدراسـات أن هنـاك مـن الرجـال مـن يتـأثر عاطفيـا أكثـر مـن النـساء، واستنتجت هـذه الدراسـات أن ذلـك يعـود إلى البيئـة أو الحالـة الـصحية أو الثقافية وقد يعود كذلك إلى التركيب العصبي لبعض الرجال.

4. إختلاف الثقافة:

هناك حقيقة لا يختلف الناس عليها وهـي أنّ الإنسان يقتنع بـأمر ما إذا ما اتفق مع العقل والمنطق والواقع، ولكـن قـد يتبادر إلى الـذهن تساؤلا عمـا إذا كـان لإختلاف الثقافة لدى المتلقي دوره في الإقتناع؟

الواقع أنّ للثقافة دور هام تلعبه لدى الفـرد في إقتناعـه أو إستيعابه لأمـر مـا، بمعنـى أن المستوى الثقـافي والعلمـي يختلـف مـن فـرد لآخـر وبالتـالي يختلـف في مـدى الإقتناع بأمر من الأمور.

فـالمثقف يقتنـع بـالطرق العلميـة أمّا غير المثقـف فإنـه يحتـاج إلى ضـرب المثـل وتوضيح الرؤية وتكرار الشرح والبيان، وهـذا مـا نلمسه بوضـوح في القـرآن الكـريم وأحاديـث الرسـول عليـه الـصلاة والـسلام، ففـي القـرآن الكـريم الكـثير مـن الأيـات الـتي تحكـي قـصص الأمـم الـسابقة وتـضرب الأمثـال لتوضيح الرؤيـة وشـرح المعنـى وتقريبها لفهم المستمع.

بل إنّ الرسـول صلى الله عليه وسـلام عنـدما يـأمر بمخاطبة النـاس علـى قـدر عقولهم يقصد بـذلك مستوى فهمهم وإدراكهم لأنّ الإيمـان لا يتولّـه إلاّ عـن إقتنـاع و الإقتناع لا يتولد إلا عن فهم وإدراك والفهم والإدراك لابد أن يتفقـا مـع العقـل والمنطـق والواقع.

ولما كانت العقول تتفاوت فإن إقتناع المرء يتفاوت أيضا طبقا لثقافته.

ونلّخص من ذلك أن المتلقي لكـي يقتنـع بمـا يـراه ويسمعه لا بّد وأن يكـون مهيئـا نفـسياً لتلقـي الرسـالة والإقتنـاع بهـا، كمـا يستلزم إبـلاغ الرسـالة في الوقـت

المناسب بالوسيلة المناسبة، مع ضرورة أن يوضع في الإعتبار العوامل المختلفة التي تؤثر على إقتناع الفرد كاختلاف السن والبيئة.

خصائص المتلقي:

إذا كنّا نتحدّث عن السمات المميزة للمتلقى فلا يمكننا أن نفصل هذا المتلقي عن المتصل أو الخطيب، وذلك لأنهما طرفا عملية الإتصال، وكان هذا واضحا لدى كتابنا العرب الأقدمين الذين أمدوا عناية خاصة لطرفي عملية الإتصال.

ويمكننا أن نأتي بالتلخيص إلى أهم خصائص المتلقي التي جاءت في كتب البلاغة العربية وكتب الإتصال الحديثة.

1. المتلقي يتقبل الرسائل من المشابهين له بطريقة أفضل:

إنّ المتلقي أميل إلى أن يتقبّل الرسالة الخطابية ممن هو مشابه له فهو يفهم عنه أكثر ويشعر بأنّه ألصق به، ويقول "الجاحظ" معبرا عن هذه الخاصية في كتابه "الحيوان" قائلا: "ولأنّ أكثر الناس عن الناس أفهم منهم عن الأشباح الماثلة... ولأنّ الشكل أفهم عن شكله، وأسكن إليه..والصبي أفهم له وله إلف وإليه أنزع، وكذلك العالم والجاهل...".

فالأطفال يميلون إلى المعلومات المقدمة من أطفال مثلهم والعلماء يميلون إلى تقبل معلومات عالم مثلهم وهكذا.

وقد ذهبت الدراسات الحديثة المستخدمة لإستراتيجيات الإقناع في الإشهار إلى إستغلال هذه الخاصية على إعتبار أنها من الخصائص المعتمد عليها لجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين حيث يستخدم الأطفال في الومضات الإشهارية التي تعرض منتوجا للأطفال كما تستخدم النساء في عرض أدوات التجميل والزينة والأزياء حيث يتّم تحديد الجمهور المستهدف بدقة وذلك بتحديد الأفراد الذين ينبغي التأثير فيهم، وبناء عليه يتم بناء الحملة أو تصميم الإعلان.

وقد لاحظ المنظرون أن الحملات الإعلامية الموجهة للأطفال والمراهقين باءت بالفشل وسرعان مافقدت مصداقيتها وأندثرت، والعيب في ذلك حسب ذات المنظرين لا يعود إلى طبيعة الرسالة أو طبيعة الإتصال وإنما يكمن في نوع الأفراد المختارين

لاستهداف فئة معينة من الجمهور.

فالمراهق يميل إلى تقبل رسائل ممن يماثله وكذلك الأطفال وينسحب ذلك على مختلف فئات الجمهور المستهدفة من الإتصال ذاته.

2. المتلقي ذو قدرة محدودة على الإستيعاب:

للمتلقي قدرة على الإستيعاب ومن ثم فهناك مستويات مختلفة للفهم لدى المتلقين والراغبين في التعلّم أو تلقي رسالة إتصالية ما، وإذا كان التعليم هو أحد السُبل المفضية إلى الفهم عن طريق التّمرّس بفهم الرسالة إلاّ أن ذلك كما يرى "ابن خلدون" لا يحقق أحيانا هدف الفهم".

ولا شك أن ما يقدمه "إبن خلدون" من توصيات فهم المتصل والمتلقي (المتعلم) معا تعتبر هامة، إذ أنّ إدراك دلالات الألفاظ بمفاهيم مشتركة بين عنصري الإتصال (المرسل والمستقبل) شرط أساسي في توصيل الرسالة لتحقيق هدفها في الفهم والإفهام.

وإذا كانت المجتمعات القديمة مجتمعات تكثر فيها الأمية مثل ما هو الحال بالنسبة لمجتمع صدر الإسلام وما قبله فإنّ الخطباء كانوا يركّزون على ضرورة مراعاة أحوال المتلقين وبيئاتهم وجميع الظروف المحيطة بهم بحيث يحرصون أن يكون الكود أو اللغة المشتركة بينهما تحقق الهدف والغرض من الإتصال مما يحقق الإستيعاب وبالتالي الفهم والإفهام.

3. المتلقي يستقبل الرسالة في مناخ نفسي:

رأى القدامى ضرورة الإهتمام بالموقف النفسي للمتلقي، ومن ثّم فإنّ تصميم الرسالة "يجب أن يراعي ماتهتمّ به النفس أكثر".

وبهذا الصدد يقول حازم القرطاجي (ت 684 هـ) "يبدأ بالحسن بما ظهور الحسن فيه أوضح وما النفس بتقديمه أعنى، ويبدأ في الذّم بما ظهور القبح فيه أوضح والنفس بالإلتفات إليه أعنى".

وهذا يعني أن على الخطيب أن يستهل خطبته بما يرى فيه المستمعين من إستعداد فإذا ظهر منهم الحسن يبدأ بالحسن وإذا إستكرهوا شيئا يبدأ بالذم،

وذلك حسب الجو البسيكولوجي الذي يسود جموع المتلقين.

كما يجب أن يكون تصميم الرسالة بطريقة تراعي فيها حالة المتلقين ويرى في ذلك "بشر بن المعتمر" بأنّ على المتكلم أن يراعي أقدار المعاني على أقدار المقامات وأقدار المستمعين على أقدار الحالات.

ويقدم لنا "ابن طباطبا" في كتابه "عيار الشعر" تصوره لأهميّة الأحوال النفسية حينما يقرّر بأنّ "للمتلقي حالات نفسية يجب مراعاتها".

4. المتلقي لا يستجيب للرسائل المشوّشة:

يستنكف المتلقي عن الرسالة التي يشوبها عنصر من عناصر التشويش سواء كانت مرتبطة بالنطق مثل آفات النطق التي تعترض صحة اللسان أم كانت مرتبطة بالمعاظلة في المعنى.

وفي النماذج السابقة إشارات لدى "الجاحظ" حول آفات اللسان وينقل لنا "ابن رشيق" (390- 456 هـ) ما حكاه "الجاحظ" عن الإمام "إبراهيم أبن محمد" قوله: "كفى من حظّ البلاغة ألاّ يؤتي السمع من سوء إفهام الناطق ولا يؤتى الناطق من سوء فهم السامع".

وكذلك ينقل لنا "إبن رشيق" قول بعضهم ممّن يرفضون التشويش الناجم عن الأسلوب مايلي:"وكان بعضهم يقول تلخيص المعاني رفق والإستعانة بالغريب عجز، والتشادق في غير أهل البادية نقص والخروج ممّا بني عليه الكلام إسهاب".

أما الدراسات الحديثة فترى من جانبها أنّه عندما يقتحم التشويش أيّة عملية إتصالية نلاحظ أنّ المتلقي يتوقف من الإنتباه لما يقدّم له من رسائل، فهذا التشويش ينقص من فاعلية الإتصال ولكن هذا العنصر قد يؤدي في أحيان أخرى إلى تقوية الإنتباه، فالتشويش مثلا قد يؤدي إلى تحفيز المتلقين أكثر لرفع مجهوداتهم للإنتباه إلى المصدر، فالملاحظ في هذه الحالة أنّه "كلّما كان هناك تشويش كلّما إستلزم الأمر القيام بمجهودات للفهم من طرف المستمع، وبالتالي ينخفض الوقت المخصّص للتفكير في حجج مضادة"، ومن هنا يجد المتصل أو الخطيب ثغرة لرفع قدرته للإقناع.

5. المتلقي أكثر إستعدادا لتلقي الرسالة على جرعات:

إنّ شــرط الإسـتعداد لتقبـل الرسـالة أساسـي لفهمهـا، وإنّ المتلقـي لديـه الإستعداد لتقبل الرسالة على جرعات، لذا كان على الرسالة الخطابية التي تهدف إلى تقديم نصائح أو معلومات جديدة وتعليم أفكار جديدة يجب أن تراعي الإستعداد لدى المتلقي أو التدرج في توصيل معلوماتها كي تحقق هدف التعليم والوعظ.

وقد كتب "إبن خلدون" فصلا شيقا حول تعليم العلوم وهو يرى أنّ "تنمية الإستعدادات لدى المتلقي ممكنة على أن تكون بالتدريج".

يؤكد ما سبق أن آثار الإقناع المستخدمة في إستراتيجيات الإتصال واقتناع تقوم على عدة مراحل والملاحظ فيها أن إقتناع المستقبل وتقبّله الرسالة المبثة لا يتشكل في مرحلة واحدة أو في دفعة واحدة وإنما يتشكل بالتدريج وعلى مرست مراحل ليتوصل الخطيب إلى تغيير في موقف المتلقي.

والأهم في هذه العملية أن يركز المتلقي مع الرسالة وأن ينتبه أي يكون مستعدا لتقبل ما يعرض عليه فإذا ما غيّر موقفة (المرحلة السادسة) يقرر إذا ما كان يريد الإستمرار في الموقف الجديد وهذا ما يتطلّب ست مراحل أخرى تقود المتلقي إلى تعزيز سلوكه الجديد المرغوب فيه ومن ثم الشروع في النشاط ما بعد السلوك كإقناع أشخاص آخرين، وهذا يبين بوضوح أن المتلقي أكثر إستعداد لتلقي الرسالة على جرعات.

أصناف المتلقّين:

كان للعرب القدامى نظرات ثاقبة إلى المتلقي، فعلى ضوء مراعاة مقتضى الحال صنفت البلاغة العربية المخاطبين الذين تلقى عليهم الخطب إلى ثلاثة أصناف:

- متلق خالي الذهن.
- متلق متردد شاك.
- متلق جاحد منكر.

وقد حدّد هذا التصنيف من طرف البلاغيين إنطلاقا من أقسام الخطابة الدينية.

لذلك فعلى ضوء معرفة أصناف هذا النوع من الخطابة نتعرف على كل نوع

من أنواع المتلقين باختلاف إستعدادتهم لتقبل ما يعرض عليهم وبإختلاف ميولاتهم وشخصياتهم وقدراتهم على الإقتناع والتأثر.

والمتلقي في الخطابة الدينية إما أن يكون:

- خالي الذهن وهو ذلك الذي له ميل إيجابي لتقبل المعرفة الملقاة عليه، وهو من خلال بحثه عن الإنسجام إقتضت حالته خطابة تعليمية.
- متلق متردد وشاكا وقد يكون متناسيا لما تعلم، غافلا عما ينتظره لذلك يتطلب حاله الحث على العمل والتخويف، وتلك هي الخطابة الوعظة ويستحسن فيها تأكيد الكلام.
- متلق جاحد منكر، وهو المتلقي الجاحد لوجهة نظر الخطيب، وفي هذه الحالة لابّد من المحاجة والبراهين، وهذا ما يتطلب خطابة حجاجية.

أ- المتلقي الخالي الذّهن والميول الإيجابي:

إن خلو ذهن المتلقي لا يعني بأي حال من الأحوال أنّنا نتحدث إلى متلق لا يفكر ولا يحلل ويركب ويدرك مايلقى عليه.

والمتلقي الخالي الذهن تبعا لذلك هو ذلك الذي له إستعداد أوميل إيجابي لتقّبل ما يقال، لذلك آثر قدامى المنظرين إلى تصنيف هذا النوع من المتلقين في مصاف المتلقين الذين يستوجب التأثير فيهم بخطب تعليمية.

يؤكد البلاغيون أن الخطب في هذا الإطار تتراوح بين الإخبار والتأكيد الإنشائي كطابع غالب عليها، "فقلما بحيث هذه الخطابة المتوجهة إلى هذا النوع من المتلقين عن عناصر المنطق والحجاج أو إهتمت بتجميل الأسلوب" ويعود ذلك إلى أنّ المتلقي لديه إستعداد مسبق لتقبل مايعرض عليه، فهو لايفكر في براهين أو حجج مضادة لما يلقى عليه ولا يريد أن يخالف أفكار الخطب الملقاة عليه.

ويما أنّنا بصدد تحديد أصناف المسمعين بالنسبة للخطابة الدينية، فننوه في هذا الإطار أنّ هذا النوع من الخطابة ساد بين متلقين مسلمين لم يكونوا بحاجة إلى

دعوة عن طريق المحاجة، ومن أمثلة هذه الخطب التعليمية التقريرية وصيّة أبي بكر لأسامة وجيشه حين قال:

"أيها الناس قفوا أوصيكم بعشر فاحفظوها عني: لا تخونوا، ولا تغلوا، ولا تغدروا، ولا تمثلوا ولاتقتلوا طفلا صغيرا، ولا شيخا كبيرا، ولا إمرأة ،ولا تقعروا نخلا ولا تحرقوه ولا تقطعوا شجرة مثمرة، ولا تذبحوا شاة، ولا بقرة ولا بعيرا إلاّ لمأكلة"

ولقد قصر "أبو بكر الصديق" إهتمامه في إحصاء الأوامر والنواهي ولم يكن وهو الإمام في حاجة أن يجادل أو يدافع عن أوامر ونواه إسلامية أمام جيش مسلم في طريقه للدفاع عن أرض الإسلام فقصارى ما يريد أن يعلم غير العالم وأن ينبه الغافل وأن يبرئ ذمته إزاءهم.

وهكذا جاءت خطبته بهذه الطريقة حسب نوعية متلقيه وقد وقد أحسن التأثير فيهم بالنظر إلى حالتهم (الإستعداد للحرب) فنكرهم بما يجب عليهم لما رأى فيهم من ميول إيجابي ومن نزعة إلى تقبّل كلّ ما يقول.

ولقد أثبتت الدراسات التي تناولت موضوع المتلقي أن هناك عدد كبيرا من الفراد الذين يتحلون بميول إيجابي تجاه مايعرض عليهم من طرف الأخرين بغرض إقناعهم أي بمعنى النزعة أو الميل للإتفاق مع أية رسالة إقناعية.

ولاحظ كل من WITHNEY و SEARS سنة 1973 أنّ الشعب الأمريكي يتحلى بهذا الميل الإيجابي ويعود السبب في ذلك حسب رأي WITHNEY إلى المدارس الأمريكية التي تعمل على تربية أبنائها بطريقة تنبذ الصراعات السياسية ويفضل المدرسون الإبتعاد عن المناقشات البيزنطية والجدل، فالتربية تلعب دورا كبيرا في إخفاض الميل الإيجابي أكثر من أن تكونه إذ يمكننا إلغاء وإزالة هذا الميل

الإيجابي عندما تقوم التربية بتشجيع المناقشة والحوار.

والميل الإيجابي أو الإستعداد لتقبل ما يقال يختلف من متلق الى آخر حسب الإستعداد، فالنسبة الى الخطابة التعليمية الدينية المتلقي له إستعداد مسبق وإقتناع مسبق بالخطيب وشخصيته وخطبته وكل الظروف المحيطة بالخطبة، وهذا ما يجعل منه متلق خالي الذهن له ميول إيجابي لتقبل كل ما يصدر من هذا الخطيب، لكن هذا لا يجعل منه متلقيا سلبيا لأنّه لايقتنع بأي خطيب ولايتقبل أي شيء يقال.

والنوع من المتلقين الذين تحدّث عنهم WITHNEY وSEARS يتقبلون كل ما يقال بسبب ميولهم الإيجابي يجعل منهم أفرادا سلبيين، لذلك وجب تخفيض ميولهم الإيجابي لتقبل كل ما يقال بتشجيع المناقشة والحوار، لأنّ ذلك يساعد على تمرين الفكر وترويضه على تكوين الآراء حول القضايا وبالتالي تقبل بعض الأفكار ورفض أخرى.

ب- متلق متردد شاك:

قد يوضع المستمع موضع المتناسي لما تعلم، الغافل، المقصر يجب عليه ويرى "إبن القيم" أنّ "القابل الذي عنده نوع من غفلة وتأخر يدعى بالموعظة الحسنة وهي الأمر والنهي، المقرون بالترغيب والترهيب".

فبالرغم من أن بعض الأمور الدينية أو النبوية تكون من البديهيات التي تسمح بتدعيم الترابط الإجتماعي بين الأفراد على إعتبار أنها تشكل حلقة الوصل بين أفراد المجتمع الواحد إلاّ أنّها قد تكون قابلة للإندثار والزوال في حالة ما تمّ إغفالها أو التقصير في آدائها من طرف الأفراد.

وترى الدراسات التي إهتمت بأحوال المتلقي في الخطابة الدينية أنّ المستمع في هذه الحالة تلزمه خطابة وعظية تعليمية.

وفي ذات السياق نجد أنّ الرسول عليه الصلاة والسلام سعى إلى وعظ وتعليم مخاطبيه في خطبته في حجة الوداع حيث وضع مخاطبيه فيما يبدو موضع التّردد والشكّ إن لم يكن الجحود ، وذلك لما توقعه من إضطراب أحوالهم بعده فقال: "فلا ترجعنّ بعدي كفّارا يضرب بعضكم رقاب بعض"، فهذا النوع من التذكير جاء لخوف الرسول من غفلة القوم بعده وسريانهم في أمور الدنيا ونسيانهم لأخراهم وذلك لأنّ الخطبة جاءت بعد أن أكمل للناس دينهم لتقرر بعض المبادىء التي لاحظ الرسول دون شك حاجة إلى تأكيدها والإشهاد عليها قبل أن يودع القوم.

وإذا كان الخطيب الواعظ في صدر الإسلام (بعد أن إنتشر الإسلام) مائل إلى الهدوء فذلك يعود إلى نوعية المتلقين الذين كانوا منتبهين غير منكرين لما يقال.

إلاّ أنّ إختلاف أحوال المتلقين وميولهم إلى أمور أخرى خصوصا في العصر الأموي الذي ساد فيه الصراع أدّى إلى إختلاف المستمع من قبضة الخطيب حيث أصبح متنكّرا لما يقال.

لذلك قام الوعظ على "المزاوجة بين الوعد والوعيد لتخويف المتلقين".

وهكذا نجد أنّ بناء الخطب يختلف باختلاف المتلقين الذين تعرض عليهم، فكلّما كان ميولهم وإستعدادهم أكبر لتقبل ما يقال قلّت الحجج والبراهين المكوّنة للخطبة وكلّما زاد إستنكارهم لما يقال كلما زاد الترغيب والترهيب، أمّا الجحود والمخالفة فلا تقابلها إلاّ المحاجّة وهذا ما يتطلّب خطابة حجاجية.

متلقّ منكر جاحد:

لقد صوّر البلاغيون القدامى النوع الثالث من المتلقين للخطب الدينية "كشخصية مخالفة جاحدة لوجهة نظر الخطيب" أي أنّه من المتلقين الذين يتطلّب إقناعهم برهنة (وحكمة) وهو من جهة أخرى موضوع موضع المنكر الجاحد ، لذا

فيقتضي الأمر الإعتماد على الحجج العقلية والنقلية من أجل إقناعه، ويكون ذلك حسب نوع الثقافة والإيديولوجية التي يحملها المخاطب، ونوع الخطب التي يطلبها هذا النوع من الشخصيات هي الخطب الحجاجية أو المناظرات المذهبية لأنّها تقوم على المناظرة بين الأنداد وذلك يتطلّب حجاجة قويّة قائمة على إعتبارات علمية هدفها البحث عن الحقيقة والإنتصار للمذهب أو الفكرة التي يتبناها كل طرف.

مناخ الإقناع:

إنّ مناخ الإقناع وظروفه قد يؤثران إيجابا أو سلبا على عملية التغير، فعندما يكون جوّ الإقناع جذّابا فإنّه ينقل هذا الإنطباع على الخطبة فيسهل من عملية تمريرها والسياق الإجتماعي أيضا ممكن أن يغير من قوّة تأثير المناخ، فكلّما كان الجوّ مريحا كلّما قلّت درجة مقاومة المتلقي للرسالة الإقناعية[27].

النشاط العقلي للمستمع (المتلقي):

إنّ الخطبة لا تدع المتلقي سلبيا بل تدفعه إلى تحريك قواه العقلية خاصة إذا كانت مضادة لوجهة نظره، "فكلّما كان الإختلاف في وجهات النظر بين الخطيب والمخاطب كبيرا كلّما كانت المسافة التي يقطعها هذا الأخير على السلّم طويلة".

فالتغيير إذن يزيد كلّما كان الإختلاف شاسعا لأنّ الإختلاف إذا كان ضعيفا بين الخطيب والمتلقي لا يحدث التغيير لأنّ المتلقي يشعر بأنّه في هامش الإتفاق مع الخطيب. وهناك أيضا عنصر الذكاء، فكلّما كان المتلقي ذكيا كلّما تشدّد بمواقفه وتعذّر بالتالي إقناعه إلاّ إذا كانت الحجج المعروضة عليه قويّة وجذّابة.

وقد بيّنت بعض الدراسات الأشخاص الذين يجدون البراهين والحجج بأنفسهم بالنسبة للقضايا التي يدافعون عنها يغيّرون مواقفهم في إتجاه هذه القضايا حتى لو كان إيمانهم بها ضعيفا في البداية، وهنا يستعمل علماء النفس تجربة لعب

الأدوار le jeux des rôles حيث يطلب من المستقبل أن يدافع عن القضية التي يراد في الواقع أن يقتنع بها، فمثلا يطلب من المدّخن الذي يريد إقناعه بالتوقف عن التدخين أن يلعب دور شخص أخبره الطبيب أنّه مصاب بسرطان الرئة، فنلاحظ في هذا الدور إنطباعات المتلقي حول الموضوع ويلاحظ في النهاية أنّ الأشخاص الذين يلعبون دور السلوك المراد نشره يتأثرون أكثر من الذين يتعرّضون مباشرة لرسالة تحثّهم مباشرة على ضرورة التوّقف عن التدخين، وبالتالي فإنّ الشخص الذي يتقمّص الدور ينتهي بإقناع نفسه.

الربط بين الشخص والمحيط:

إنّ الإنطباعات التي تتكوّن لدى الأفراد حول محيط معيّن تؤثّر كثيرا على ردود أفعالهم، فالإنطباعات والصفات المنتسبة لمكان معيّن يمكن أن يتطابق مع المشاعر التي نحملها تجاه فرد معيّن.

فأي ردّ فعل لأيّة رسالة معيّنة يمكن أن يرتبط بالمكان الذي نكون فيه وقت تعرّضنا الإتصال.

ويمكننا أن نستدلّ على ذلك باستنكار عمّ الرسول صلى الله عليه وسلّم بما جاء به إبن أخيه بسبب تواجده في مكان عرف منذ القدم بالوثنية وبسبب أيضا تواجده أمام أشخاص قد يعيبون عليه تغيير موقفه تجاه ما كان يعبد آباءهم.

وقد إستنتج الباحثون أنّ "الموقف الإجتماعي عامل مهمّ في تغيير مواقف الأفراد".

إثارة الأهواء والميول:

إنّ الإقناع الخطابي الذي يرمي إلى جذب المتلقي بالإقناع والتأثير لا يكون بالدلائل المنطقية فحسب بل بتلك وبإثارة العاطفة ومخاطبة الوجدان.

وقد جعل أرسطو كتابه الثاني في الخطابة، كتاب متلقّي الرسالة أو كتاب الجمهور عالج فيه عدداً من الإنفعالات والأهواء وكذا بعض البراهين غير أنّ هذه المرّة بحسب تلقّيها، فلاستعداد السامعين أهمية في تكوين الأدلّة وعلى ذلك لابّد للخطيب أن يدرس إنفعالاتهم.

وقد وضع أبو زهرة فصلا عن إثارة الأهواء والميول ومقدّمة عامة في الإقناع الخطابي عن طريق الإستثارة العاطفية الوجدانية، معتبرا إيّاها واحدة من البراهين الخاصة بالمتلقي.

فالخطيب لا يمكنه بأيّ حال من الأحوال الإستغناء عن المثيرات العاطفيّة: "بل إنّ أكثر ما يعتمد عليه الخطيب في حمل السامعين على المراد منهم هو مخاطبة وجدانهم والتأثير في عواطفهم".

ومن أجل إقناع الجماعة ينبغي الوقوف أوّلا على المشاعر القائمة بها والتظاهر بموافقتها فيها، ثم يحاول الخطيب تعديلها بموازنات صغيرة عادية تشخص أمامها صورا مؤثرة.

الخاتمة

إذا كان الإنسان في إتصاله يوميا بالآخرين يحاول إقناع مخاطبيه فإنّ هذه السمة تتجلّى بوضوح في الإتصال الخطابي.

فالإتصال الخطابي فضاء واسع يستهدف فيه الخطيب حمل المخاطب على مرحلة الإقناع وهذا بالتوّجه إلى العاطفة بوسائل الإستمالة وإلى العقل بالتدليل.

وتركيز الدراسة على الإتصال الخطابي كمنبر من منابر الإتصال جاء لتوسيع بحوث الإتصال بقسم علوم الإعلام والإتصال وإذا تعرّضت هذه الدراسة إلى كل جوانب عملية الإتصال الخطابي بالتحليل فلأنّ الباحثة تؤمن بأنّ لكل عنصر من هذه العناصر أساليبه في الإقناع، وقد أبرزت الباحثة ذلك جليّا من خلال تسليطها الضوء على الجوانب الإقناعية في كلّ من الخطبة، الخطيب، المتلقي، الوسيلة بالإضافة إلى آثار الإقناع الخطابي.

وقد بيّنت الدراسة كذلك أنّ الإتصال الخطابي لا ينحصر مفهومه في مجرّد إلقاء الخطباء رسائل من أعلى المنابر بل تمثل فنا وعلما متكاملا في ذات الوقت يبتغي الإقناع.

وإذا كانت الخطابة وجدت المرعى الخصب عند الأمم السابقة فأنجبت خطباء مصاقع من أمّة اليونان والرومان ومن أمّة العرب في العصر الجاهلي فإنّ العصر الإسلامي كان بمثابة - أرضية خصبة لنمّو الخطابة ويعود الفضل في ذلك إلى إستعمالها من طرف خير الخلق وسيد الأنام محمد صلّى الله عليه وسلّم في دعوته عندما أمره الله بالجهر بها فكانت الخطابة أولى منابره.

وقد أحدث عليه الصلاة والسلام عدّة أمور في الخطابة لم تعرف عند خطباء العرب من قبله كالإستهلال الديني الذي يكون في مقدمة الخطبة بإفتتاحها بحمد الله بالإضافة إلى العرض المبسّط الذي يحمل وحدة الموضوع والتنظيم والوضوح، أمّا

الختام فقد أحدث أيضا فيه الرسول صلّى الله عليه وسلّم شيئا غير معهود وذلك بإنهاء الخطبة بالسلام أو الإستغفار أو الدّعاء حتى يشعر السامعين أنّ الخطبة إنتهت.

وليس هذا كلّ شيء فقد جمع الرسول صلّى الله عليه وسلّم في خطبه كلّ الأساليب الإقناعية بإختلاف منابعها وقدّمها في بساطة ووضوح وقوّة إقناعية فذّة تمكّن من خلالها إقناع الكثير للدخول في الإسلام.

ولازالت خطب الرسول صلّى الله عليه وسلّم حتى وإن كانت مدّونة تحتفظ بتلك القوّة الإقناعية وذلك البريق الذي أكسبه إياها سيّد هذه الأمّة وخير خلقها محمد صلّى الله عليه وسلّم.

المصادر والمراجع

- **القرآن الكريم وعلومه**

– القران الكريم.

– ابن كثير الحافظ، تفسير القرآن العظيم (القاهرة:مؤسسة دار الشعب للصحافة والطباعة والنشر. تونس: دار سحنون للنشر والتوزيع، 1989).

- **السنّة النبوية**

– البخاري محمد بن أسماعيل، الصحيح (مصر: مطابع الشعب، 1978).

– مسلم بن الحسن بن الحجاج النيسابوري، صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، ط1 (القاهرة:دار إحياء الكتب العربية، 1956).

1. **المراجع باللغة العربية**

- **الكتب**

– أبن الأثير ضياء الدين نصر الله، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد (القاهرة: شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1939).

– الكامل في التاريخ (بيروت:دار صادر، 1979).

– ابن رشد أبو الوليد، تلخيص الخطابة، تحقيق دار القلم، بدون تاريخ)

– فصل المقال فيما بين الحكمة والشريعة من الإتصال، تحقيق محمد عمارة، ط3 (القاهرة: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1986).

– ابن رشيق القيرواني، العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده، تحقيق محمد محي الدين عبد الحميد (بيروت:دار الجيل، 1981).

– ابن عبد ربّه أبو عمر، العقد الفريد (بيروت: الإستقامة، 1940).

– ابن منظور جمال الدين، لسان العرب (بيروت: دار التراث العربي ومؤسسة التاريخ العربي، 1993).

– مختصر سيرة النبي (بيروت:دار الندوة الجديدة، 1987).

- ابن هشام أبو محمد عبد الملك، السيرة النبوية، ط2، تحقيق مصطفى السقا وآخرون (بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1988).
- ابن وهب إسحاق ابن ابراهيم، البرهان في وجوه البيان (بيروت: مطبعة الرسالة، 1969).
- أبو أصبع صالح خليل، الإتصال الجماهيري (دار الشروق، 1999).
- أبو غدّة عبد الفتاح، الرسول المعلم صلّى الله عليه وسلّم وأساليبه في التعليم، ط2 (حلب: دار البشائر الإسلامية، 1997).
- أبو النصر عمر، قصّة العرب قبل الإسلام (بيروت: مكتب عمر أبو النصر للتأليف والترجمة والصحافة، 1970).
- أبو زهرة محمد، الخطابة، أصولها، تاريخها في أزهر عصورها عند العرب (دار الفكر العربي، بدون تاريخ).
- أحمد أنور، خطباء صنعوا التاريخ (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1969).
- أحمد رشتي جيهان، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1978).
- أرسطو طاليس، كتاب الخطابة، ترجمة إبراهيم سلامة (مكتبة الأنجلو المصرية، 1950).
- الخطابة: الترجمة العربية القديمة، تحقيق عبد الرحمن بدوي (الكويت: وكالة المطبوعات، بيروت: دار القلم، 1979).
- إسماعيل عزّ الدين، الأسس الجمالية في النقد العربي: عرض وتفسير ومقارنة، ط1 (القاهرة: دار الفكر العربي، 1995).
- الأصفهاني أبو الفرج الراغب، الأغاني (القاهرة: دار الكتب، 1927).
- إمام إبراهيم، الإعلام والإتصال بالجماهير (القاهرة:الأنجلو المصرية، 1969).
- أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985).
- برنت روبن، الإتصال والسلوك الإنساني، ترجمة نخبة من أعضاء قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم بكليّة التربية (جامعة الملك سعود، معهد الإدارة العامة، 1991).

- بناني محمد الصغير، النظريات اللسانيّة والبلاغيّة والأدبيّة عند الجاحظ من خلال البيان والتبيين (الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، 1994).
- التبريزي، مشكلة المصابيح (دمشق: طبعة المكتب الإسلامي، بدون تاريخ)
- التومي محمد، الجدل في القرآن (تونس: الشركة التونسية، 1980).
- الجاحظ أبو عثمان، البيان والتبيين، تحقيق وشرح عبد السلام محمد هارون، ط3، 1968.
- الحيوان، تحقيق وشرح عبد السلام محمد هارون، ط3، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1969).
- الجرجاني عبد القاهر، أسرار البلاغة، ط2، منقحة (بيروت:دار المسيرة، 1974).
- الجميلي خليل خيري، الإتصال ووسائله في الخدمة الإجتماعية (المكتب الجامعي الحديث، 1985).
- حاوي إيليا، فن الخطابة وتطوّره عند العرب (بيروت:دار الثقافة، بدون تاريخ)
- حسن محمد عبد الغاني، الخطب والموعظ، ط2 (القاهرة: دار المعارف، بدون تاريخ).
- حسن إبراهيم حسن، تاريخ الإسلام السياسي والديني والثقافي والإجتماعي، ط4، 1973.
- حمزة عبد اللطيف، الإعلام في صدر الإسلام، ط2، (دار الفكر العربي، 1978).
- حمدي حسن، الإتصال وبحوث التأثير في دراسات الإتصال الجماهيري (كويك حمادة الجريشي للطباعة، 1993).
- الحوفي أحمد محمد، فن الخطابة، ط4 (القاهرة:دار النهضة، مصر للطباعة والنشر، 1972).
- خاطر خليل إبراهيم ملا خاطر، صلّى الله عليه وسلّم: عظيم قدره ورفعة مكانته عند ربّه عزّ وجلّ، ملخّص مائة خصلة إنفرد بها صلّى الله عليه وسلّم عن

بقيّة الأنبياء السابقين عليهم السلام، ط2 مزيدة ومنقحة (المدينة المنورة: مطابع الرشيد، 1402 هـ).

- خطاب محمد شيت، الرسول القائد، ط2 (بغداد: دار مكتبة الحياة ومكتبة النهضة، 1960).
- خفاجي عبد المنعم، شرف عبد العزيز، التفسير الإعلامي للسيرة النبوية، ط1 (بيروت، دار الجيل، 1992).
- دبسون جف، خطباء اليونان، ترجمة أمين سلامة (مؤسسة التضامن العربي بمعاونة المجلس الأعلى لرعاية الفنون والآداب والعلوم الإجتماعية، 1963).
- دروزة محمد عزّة، سيرة الرسول، ط2 (القاهرة: مطبعة عيسى البابي الحلبي، 1965).
- درويش محمد الطاهر، الخطابة في صدر الإسلام: العصر الديني، عصر البعثة الإسلامية (دار المعارف، 1965)
- دينيه إتيين، سليمان بن ابراهيم، محمد رسول الله، ترجمة عبد الحليم محمود (مصر: دار المعارف، 1966).
- ريفرز وليام وآخرون، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إبراهيم إمام، ط1 (القاهرة: دار المعرفة، 1975).
- زكي أحمد صفوت، جمهرة خطب العرب بين عصور عربيّة زاهرة (بيروت: دار الحداثة، بدون تاريخ).
- الزمخشري محمد بن عمر، الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل (بيروت: دار الكتاب العربي، 1947).
- زيدان جورجي، تاريخ آداب اللغة العربية (القاهرة: دار الهلال، 1936).
- الزيات أحمد حسن، دفاع عن البلاغة، ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 1967).
- السباعي مصطفى، السنّة ومكانتها في التشريع الإسلامي، ط2 (المكتب الإسلامي، 1398 هـ).
- سمير محمد حسين، الإعلام والإتصال بالجماهير والرأي العام، ط1 (القاهرة:

عالم الكتب، بدون تاريخ)
- شاكر عبد الحميد، خطب الرسول صلّى الله عليه وسلّم، ط1 (لبنان: جروس برس، 1995)
- الشايب أحمد، الأسلوب: دراسة بلاغية تحليلية لأصول الأساليب الأدبيّة، ط6 (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1966).
- شحاتة عبد الله، الدعوة الإسلامية والإعلام الديني (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1978).
- شلبي عبد الجليل، الخطابة وإعداد الخطيب، ط1 (بروت: دار الشروق، 1981).
- الصديق محمد الصالح، مع الرسول في بلاغته وهجرته وإسرائه ومعارجه، ط2 (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992).
- ضيف شوقي، الفن ومذاهبه في النثر الأدبي، ط6 (مصر: دار المعارف، بدون تاريخ).
- طبانة بدوي، علم البيان، ط2 (مكتبة النهضة، بدون تاريخ).
- الطبري أبو جعفر محمد بن جرير، تاريخ الأمم والملوك (مصر: المطبعة الحسينيّة المصرية، بدون تاريخ).
- عبد الواحد وافي، فقه اللغة (القاهرة: دار النهضة للطباعة والنشر، 1973).
- عبد الرحمان عواطف وأخريات، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية (مصر: مطابع دار أسامة، 1983).
- عبد الوهاب محمد فهمي، محمد رسول الإسلام في نظر فلاسفة الغرب ومشاهير علمائه وكتابه (تونس:دار بوسلامة للطباعة والنشر والتوزيع، 1985).
- عبد الحليم محمود، القرآن والنبي (القاهرة: دار المعارف، 1979).
- عبد الغفار عزيز وآخرون، لمحات في السيرة النبوية وتاريخ الدعوة الإسلامية، ط1 (القاهرة: الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، 1980).
- عبد الوهاب يحي لطفي، اليونان مقدم في التاريخ الحضاري (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1979).

- عالم الإتصال المعاصر، دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، ط2 (الرياض: مكتبة العبيكان، 1997).
- عتيق عبد العزيز، علم البيان (بيروت: دار النهضة للطباعة والنشر، 1988).
- العسقلاني بن حجر، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، ط2 (بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1401 هـ).
- العسكري أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل، كتاب الصناعتين: الكتابة والشعر، ط1 (بيروت: دار الكتب العلمية، 1981).
- عزي عبد الرحمان، الفكر الإجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الإتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، ط1 (الجزائر: دار الأمّة، 1995).
- العقاد ليلى، مدخل إلى نظريات الإتصال ووسائله (دمشق: المطبعة الجديدة، 1986).
- العلوي اليمني يحي بن حمزة، كتاب الطراز المتضمّن لأسرار البلاغة وعلوم حقائق الإعجاز (تهران: من منشورات مؤسسة النصر، بدون تاريخ).
- عودة محمود وخيري السيد محمد: أساليب الإتصال والتغيّر الإجتماعي (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1988).
- العمري محمد، في بلاغة الخطاب الإقناعي: مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية: الخطابة في القرن الأوّل نموذجا (الدار البيضاء: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1986).
- الغزالي محمد، فقه السيرة (الجزائر: دار الشهاب للطباعة والنشر، بدون تاريخ).
- الغلاييني محمد موفق، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمّة (السعوديّة: دار المنارة للنشر والتوزيع، جدّة، بدون تاريخ).
- غلاب محمد مصابيح المسرح الإغريقي (لبنان: الدار القوسية للطباعة والنشر، بدون تاريخ).
- قباري محمد إسماعيل، علم الإجتماع الجماهيري وبناء الإتصال: دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام (كتب علم الإجتماع، بدون تاريخ).

- القرطاجي حازم، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، تحقيق محمد بن الخوجة (تونس: دار الكتب الشرقية، 1966)
- القلقشندي أبي العباس أحمد، صبح الأعشى (القاهرة: دار الكتاب، 1913).
- الكامل فرج، تأثير وسائل الإتصال: الأسس النفسية والإجتماعية، ط1 (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985).
- كارينجي ديل، التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة، ترجمة رمزي تنسي وعظة فهيم صالح (القاهرة: دار الفكر العربي، بدون تاريخ).
- كحيل عبد الوهاب، الجوانب الإعلامية في حياة الرسول عليه الصلاة والسلام: مرحلة الإعداد والممارسة العامة في مكّة (دار الهداية للطباعة والنشر والتوزيع، 1987).
- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط2 (الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986).
- محمد إبراهيم محمد إبراهيم، الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلّى الله عليه وسلّم، ط1 (بيروت: مكتبة فرق الخاني، 1986).
- محمد عبد الحميد، الإتصال في مجالات الإبداع الفنّي الجماهيري (القاهرة: عالم الكتب، 1993).
- محمد عمر نوال، دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفيّة والمصرية (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، 1984).
- محفوظ علي، فنّ الخطابة وإعداد الخطيب (الجزائر: مكتبة رحاب، بدون تاريخ).
- مؤنس حسين، دراسات في السيرة النبوية (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، بدون تاريخ).
- محي الدين عبد الحليم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي (القاهرة: دار الفكر العربي، بدون تاريخ).
- الرأي العام في الإسلام، ط2 (القاهرة: دار الفكر العربي، 1990).

- المسري عبد السلام، اللسانيات من خلال النصوص، ط2 (تونس: دار التونسية للنشر، 1986).
- الملثم البدوي، عودات يعقوب، إلياذة هوميروس (بيروت: دار المعارف، 1963).
- المنذري عبد العظيم بن القوي، الترغيب والترهيب (بيروت: دار إحياء التراث العربي، بدون تاريخ).
- موسى أشرف، الخطابة وفن الإلقاء (القاهرة: مكتبة الخانجي، 1978).
- مجموعة من علماء النفس، ترجمة نزار عيون السود، علم النفس الإجتماعي وقضايا الإعلام والدعاية، ط1 (دار المشرق للطباعة والنشر، 1978).
- نجاتي محمد عثمان، الحديث النبوي وعلم النفس (بيروت: دار الشروق، 1989).
- النص إحسان، الخطابة العربية في عصرها الذهبي، ط2 (القاهرة: مكتبة الدراسات الأدبية، بدون تاريخ).
- الهاشمي السيد، جواهر البلاغة في المعاني والبيان البديع، ط12 (بيروت:دار إحياء التراث العربي، د.ت، بدون تاريخ).
- هيكل محمد حسنين، حياة محمد صلّى الله عليه وسلّم، ط14 (القاهرة، دار المعارف، 1977).
- الهيثمي علي ابن بكر، الزواجر (بيروت: دار المعرفة للطباعة والنشر، بدون تاريخ).
- واكين إدوارد، مقدمة إلى وسائل الإتصال، ترجمة وديع (القاهرة: دار الأهرام التجارية، 1981).

- **القواميس، المعاجم والموسوعات**
  - **القواميس**

- البستاني، فؤاد إفرام، الطلاّب، ط25 (بيروت: دار المشرق، 1975).
- جروان السابق، قاموس الكنز (فرنسي- عربي) (دار السابق للنشر، بدون تاريخ).

○ المعاجم:

- جبور عبد النور، المعجم الأدبي، ط1 (بيروت: دار العلم للملايين، 1979).
- رضا محمد، معجم متن اللغة (بيروت: دار المكتبة الحياة، 1960).
- صليبا جميل، المعجم الفلسفي (بيروت: دار الكتاب اللبناني ومكتبة المدرسة، 1982).
- فتحي إبراهيم، معجم المصطلحات الأدبية، ط1 (تونس: المؤسسة العربية للناشرين المتحدين، 1986).
- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط2 (دار المعارف المصرية، 1973).
- وجدي محمد فريد، دائرة معارف القرن العشرين (بيروت: دار المعرفة، بدون تاريخ)
- يعقوبي محمد، معجم الفلسفة (الجزائر: مكتبة الشركة الجزائرية، مطبعة البحث، 1979).

○ الموسوعات:

- بدوي عبد الرحمان، موسوعة الفلسفة، ط1 (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1984).
- الموسوعة الفلسفية المختصرة، نقلها عن الإنجليزية فراد كامل وآخرون (بيروت: دار القلم، بدون تاريخ).

● الرسائل والأطروحات الجامعية

- صحراوي إبراهيم، الخطاب الأدبي لدى جورجي زيدان: تحليل رواية جهاد المحبّين، رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، 1993.
- بن عيسى بن الطاهر، أساليب الإقناع في القرآن الكريم مع دراسة تطبيقية لسورة الفرقان: رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الأردن، كلية الآداب، 1990.
- بوخبزة نبيلة، الإتصال الإجتماعي الصحي، دراسة نظرية ميدانية، رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام والإتصال، 1996

- بويحياوي عبد الكريم، العجز التصالحي في الإتصالات الشخصية: دراسة النزاعات الإجتماعية، حالة مركز التكوين والتتقين في التسيير الصناعي، رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، معهد علم الإجتماع.
- صديق شافية، في الإتصال الديني: الحرية الفكرية وأساليب التعبير عنها، مقارنة لدراسة إشكالية المنطلقات والمرجعيات لـ "حرية الإتصال"، دوكتوراه دولة، جامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام والإتصال، 1997- 1998.
- صيني سعيد إسماعيل، شروط القائم بالإتصال عند المسيحيين والمسلمين: دراسة مقارنة، أطروحة دوكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، قسم الإعلام 1988.
- المعنى وتطوّره عند لودفيج فتجنشتاير، رسالة دبلوم دراسات معمقة، معهد الفلسفة، 1981- 1982.

- **المطبوعات الجامعية**

- إبراقن محمود: عناصر البلاغة العربية ونظائرها في البلاغة الغربية وسيميولوجيا السنما، مطبوعة أكاديمية غير منشورة، جامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام والإتصال.

- **المجلات والجرائد**

1/ المجلاّت:

- المجلة الجزائرية للإتصال، معهد علوم الإعلام والإتصال.
  - **العدد 3، مارس 1989.**
- عزي عبد الرحمان، تعثّر الرسالة في عصر الوسيلة
  - **العددان 11 و12 ربيع- صيف 1995.**
- بن بوزة صالح، مناهج بحوث الإعلام: التصنيفات المختلفة وبعض القضايا الخلافية.
- مالك غاير، الأسس النظرية للحملات، ترجمة سعيد بومعيزة.

○ العدد 15، جانفي ـ جوان 1997.

– بن مرسلي أحمد، أساليب تحليل الخطاب في أبحاث الإعلام والإتصال
– خراط محمد أحمد، مجلة الأمّة، ربيع الأوّل 1404 هـ.
– عبد الواي عبد المحسن محمد، نظرية الأخلاق الإسلامية، مجلة الفيصل، مجلة ثقافية شهرية، العدد 283، محرم 1402 هـ، أفريل – ماي 2000، دار الفيصل الثقافية.

/2 الجرائد:

– العالم الإسلامي، أسبوعية تصدر عن رابطة العالم الإسلامي

○ من 30 أوت إلى 15 سبتمبر 1999.

– الشرباصي سعيد، الأحاديث النبوية، بلاغة وروعة

129- صوت الأحرار، يومية تصدر عن حزب جبهة التحرير الوطني

○ 6 جويلية 1998، العدد 109.

– عيسى كمال، من وسائله صلّى الله عليه وسلّم لإيصال المعاني إلى الأذهان

2. المراجع باللغة الأجنبية:

• الكتب:

– ADAM Jean Michel, GOLDENSTEIN Jean Pierre, Linguistique et discours littéraire : Théories et pratiques des textes (Larousse université: Collection «   », 1976)
– AMADO Gilles, GUITTAT André : La dynamique des communications dans les groupes (Paris : Armand collin, 1993).
– AGEE Warren.K, AULT Philip.H, EMERY Edwin, Introduction aux communications de Mosse (edition de Book- Wesma el.s.a, 1989).
– BARTHES Roland, Essais critique IV : le Bruissement de la langue (Paris : éditions le Seuil, 1984)
– BAUTIER Roger et autres, L'argumentation (Lyon : presses universitaires de Lyon, 1987)

- BOUTON Charles.P, La signification : contribution à une linguistique de la parole (: éditions Kleincksieck, 1977)
- BRETON Philippe, L'argumentation dans la communication, 2eme ed (Alger :Casbah éditions, 1998)
- CHARRON Danielle, Une introduction à la communication (Montréal :presses de l'université du Québec, 1991)
- COHEN.J, structure du langage poétique (Paris :éditions Flammarion, 1966)
- COSNIER.J et autres, Les voies du langage : communications verbales, gestuelles et animales (Paris : ,1982)
- DICHTER Ernest, Communication et motivation (Tipaza :Berti éditions, 1991)
- DUBOIS Jean et Groupe «u», Rhétorique générale (Toulouse : éditions Privat, 1990)
- HARRISON Randall, nonverbal communication in ithiel de Sola and Wilbur Shram et al (eds) hand Book of communication (Chicago : Rand Mc. Nally College Publishing co, 1978)
- HOGUE Pierre et autres, Groupe, pouvoir et communication (Montréal : Presses de l'université du Québec, 1989)
- HUISMAN Denis, Le dire et le faire :essai sur la communication efficace (Paris : éditions Serdes réunis, 1983)
- JACKOBSON Roman, essais de linguistique générale : les fondations du langage : traduit de l'anglais et préface de Nicolas Ruet (France : les éditions de Minuit, 1963)
- KENNETH J.Gengen et autres, psychologie sociale, traduit par Sylvie JUTRAS et Claude CHAMPAGNE (Québec :Homer éditions, 1984)
- KNAPP Mark. L, non verbal communication in human interaction (New York :Holt Rinehart and Winston, 1990)
- LAZAR Judith, La science de la communication, 3eme ed

(Paris :Presses Universitaires de France, Que sais-je ?, 1996)
- LINDON Denis, Marketing politique et social (Paris : édition Pollaz, 1976).
- LAHISSE Jean, communication et sociétés (Paris : éditions Galilée, 1980).
- MC LUHAN Marshall, La galaxie Gutenberg : la gense de l'homme typographique (Paris : ed Gallimard, 1977).
- MEYER Michel, Questions de rhétorique : langage, raison et séduction (France :Librairie générale française, 1993).
- MILLET Gilbert, Savoir parler en public :la stratégie du verbe (Paris : Bordas administrations, 1985).
- PERELMAN Chaim, l'empire Rhétorique (Paris : collection Que sais-je ?, PUF, 1984).
- REBOUL Olivier, la rhétorique (Paris : collection Que sais-je?, 1984).
- SFEZ Lucien, La communication, 2eme ed (Paris : Collections Que sais-je?, PUF, 1992).
- SIMONET René et Jean, l'argumentation :stratégie et tactique (Paris : les éditions d'organisation, 1990).
- Vargo O.A Kibedi, discours, récit, image (Bruxelles, Pierre Madage éditeur, 1989).
- WATZLAWICK Paul et autres, une logique de la communication (Paris : éditions le seuil, 1972).
- WHISTELL. R.C. Bird, Somebody motion elements accompagning spoken american english in communication concepts and perspectives, 1st ed (Washington DC, Sparfam Books, 1967).

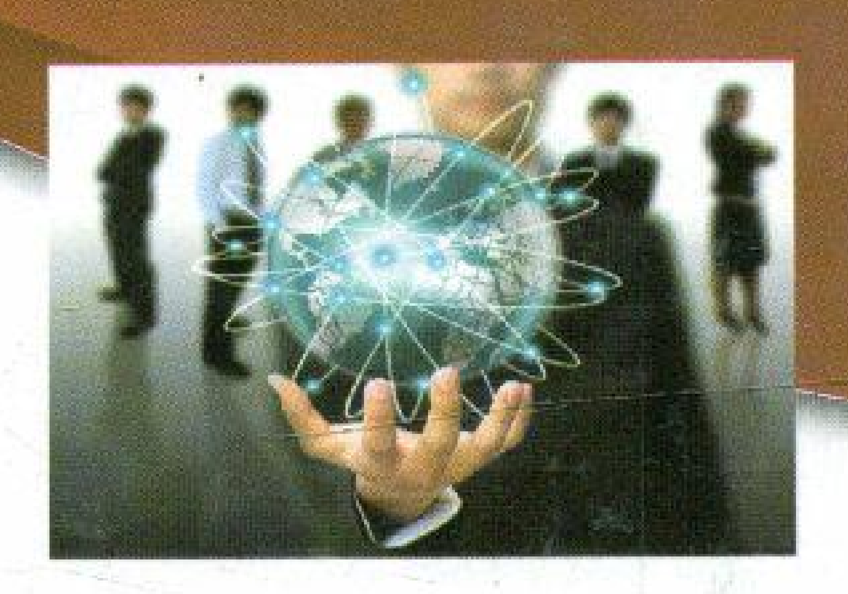
• القواميس:

- D'Alembert, reflexions sur l'élocution oratoire et sur le style : le Robert : Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue frnçaise de Paul Robert, 2eme édition (Canada, 1985).

- Nouveau dictionnaire analogique (Paris édition, référence Larousse, 1981)
- Websters New World Dictionnary (New York, Fawcete Popular Library, 1979)

• المجلات:

- Revue langage, Paris : librairie Macel Didier.
  * N°14, 17 mars 1970.
- FODOROV Tzvtan, Problèmes de l'énonciation.
- Revue de communication, Paris : éditions le seuil.
  * N°16, 1970.
- BARTHES Roland, recherches rhétoriques.



الإتصال الخطابي وفن الإقناع



دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252

فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781

البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo

الموقع الإلكتروني: www.darosama.net



نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن - عمان - العبدلي

تليفاكس: 0096265664085



ISBN: 978-9957-22-629-9